

۷ کارنیل، بزرگترین شبکه موفقیت ایرانیان می باشد، که افرادی زیادی توانسته اند با آن به موفقیت برسند، فاطمه رتبه ۱۱ کنکور کارشناسی، محمد حسین رتبه ۶۸ کنکور کارشناسی، سپیده رتبه ۳ کنکور ارشد، مریم و همسرش راه اندازی تولیدی مانتو، امیر راه اندازی فروشگاه اینترنتی، کیوان پیوستن به تیم تراکتور سازی تبریز، میلاد پیوستن به تیم صبا، مهسا تحصیل در ایتالیا، و.... این موارد گوشه از افرادی بودند که با کارنیل به موفقیت رسیده اند، شما هم می توانید موفقیت خود را با کارنیل شروع کنید.

برای پیوستن به تیم کارنیلی های موفق روی لینک زیر کلیک کنید.

www.karnil.com

همچنین برای ورود به کانال تلگرام کارنیل روی لینک زیر کلیک کنید.

<https://telegram.me/karnil>



عنوان : مقدمه ای بر تکنولوژی های نوین رسانه ای

تحقیق و تالیف : تورج مهدی زاده ملباشی

ناشر: مولف

نوبت چاپ: اول

شمارگان (تیراژ) : ۲۰۰۰ جلد

قیمت : ۸۷۰۰ تومان

تعداد صفحات:صفحه ؛ مصور ؛ جداول. قطع : وزیری

شابک: ISBN

بسم الله الرحمن الرحيم

عصر ارتباطات و اطلاعات

ما در عصری زندگی می‌کنیم که به عصر ارتباطات و اطلاعات و یا به تعبیر بهتر «انقلاب ارتباطات» و یا «انقلاب اطلاعات» مشهور است. انقلاب ارتباطات محصول هم‌گرایی در دو حوزه و جریان مهم فن‌آوری است:

- تحول در حوزه ارتباطات
- تحول در حوزه اطلاعات

این دو جریان به موازات هم پیش می‌روند. نماد «فن‌آوری اطلاعات» (Information Technology) رایانه و نماد «فن‌آوری ارتباطات» (Information Super High Way) مخابرات، تلویزیون و بزرگراه‌های اطلاعاتی (Information Super High Way) می‌باشد. با تلفیق این دو نهاد، تحول چشم‌گیری در جهان ایجاد شده است. حضور این دو نماد در کنار هم مقدمات انقلابی بزرگ را فراهم کرده است که در زندگی تک‌تک ما، سازمان‌ها و کل جامعه حضور دارد و به «انقلاب ارتباطات» (Communication Revolution) معروف است. این انقلاب به سوی دیجیتالی شدن حرکت می‌کند. انقلاب ارتباطات همه پدیده‌ها و شئون زندگی اجتماعی را متحول کرده است. این تحول شیوه‌های تولید، شیوه‌های اقتصادی، جنگ کردن و... را دربر می‌گیرد. عمق و گسترش این‌گونه تحولات تا آنجاست که با حذف آن‌ها، زندگی در جهان کنونی، ناممکن می‌شود. از طرف دیگر فن‌آوری به شدت و با حجمی فراوان زندگی و محیط کار ما را تحت تأثیر قرار داده است. بشر بدون استفاده از فن‌آوری‌های موجود قادر نیست کاری را به انجام برساند. زیرا با شتاب انتشار داده‌های آمار و اطلاعات، ما شاهد انقلاب جدید در زمینه اطلاع‌رسانی و نیز «انفجار اطلاعات» هستیم. تبدیل «دهکده جهانی» به «ذهنیت جهانی» و «انقلاب اطلاعات» دلالت بر تحولی شگرف و عمیق در این عرصه دارد. در یک جمع‌بندی مختصر باید گفت که انقلاب ارتباطات باعث به وجود آمدن ویژگی‌های خاص عمیق در نظام ارتباطات شده است که شماری از آن‌ها به شرح زیر است:

- دو سویه بودن و تعاملی بودن
- سرعت فوق‌العاده
- چند رسانه بودن
- در دسترس بودن

▪ انحصارپذیر نبودن

▪ جهان گرایی

از سوی دیگر، انقلاب ارتباطات و انقلاب اطلاعات و نهایتاً انقلاب سایبرنتیک (Cyber Revolution) دربردارنده تهدیدها و فرصت‌های بسیاری است. این پدیده‌ها هم امید و هم نگرانی آفریده است و با وجود حضور در بطن زندگی بشری هنوز آثارشان به خوبی شناخته نشده است. زندگی ما به سوی فضای مجازی (Virtual Space) و یا (Cyber Space) و نیز فضای اینترنتی حرکت می‌کند. فضایی که در آن واقعیت ناملموس و مجازی است. فضای سایبرنتیکی (Cyber Space) شکل‌گیری جوامع اطلاعاتی (Information Society) و شهرهای اطلاعاتی (Information city) از جمله دست‌آوردهای انقلاب اطلاعات است. از آثار انقلاب اطلاعات و همچنین از آثار اجتماعی انقلاب کامپیوتر (Social Effects of Computer Revolution)، شکل‌گیری دورانی است که می‌توان آن را عصر (e) دانست. این حرف از اولین واژه (Electronic) گرفته شده است و اگر آن را به هر مفهومی و یا پدیده‌ای اضافه کنیم، به آخرین تحول در آن زمینه می‌رسیم: (E-Banking) بانکداری اطلاعات، (E-Business) تجارت الکترونیک، (E-City) شهر الکترونیک، (E-Shopping) خریدهای الکترونیک، از طرف دیگر بشر امروزی برای کسب ثروت، دارایی و قدرت نیاز به دانایی پیشرفته دارد. گروه اغنیایی اطلاعاتی (Information Rich) که در مقابل فقرای اطلاعاتی (Information Poor) قرار دارد، گروهی از مردم‌اند که بیشترین دسترسی به اطلاعات را دارند و می‌توانند و می‌دانند که چگونه از امکانات دانایی برای تولید ثروت استفاده کنند. همین مسأله باعث شکاف دیجیتالی شده است. انقلاب اطلاعات آن‌گونه مهم و حیاتی است که معیار توسعه‌یافتگی در آینده‌ی نزدیک، میزان بهره‌گیری کشورها از این پدیده و درک آن‌ها از انقلاب اطلاعاتی است. به طوری که برخی معتقدند: «ملل عقب‌مانده در جهان امروز آن‌هایی هستند که دیر وارد مرحله انقلاب صنعتی خود شده‌اند، در آینده ملل عقب‌مانده آن‌هایی خواهند بود که دیر به مرحله انقلاب اطلاعاتی وارد شده باشند». در یک جمع‌بندی، پاسخگو شدن دولت‌ها، خارج شدن اطلاعات از دست حکومت‌ها، شفافیت اطلاعات، شکل‌گیری تشکل‌های مردمی به عنوان مهم‌ترین راه به سوی دموکراسی، تنوع و تکثر حاکمیت و پذیرش آن از سوی حکومت‌ها از جمله نشانه‌های مشارکت مردم در عصر ارتباطات و اطلاعات است. این روند باعث تشکیل دولت‌های الکترونیک (E-Government) و سایبر دموکراسی شده است.

تاریخچه

از دهه ۱۹۷۰ به بعد در غرب و بویژه در برخی از کشورهای پیشرفته تحولات عظیمی در زمینه اطلاعات و اطلاع رسانی صورت گرفته است. در دهه ۱۹۸۰ کامپیوتر وارد خانه ها و ادارات شد، تشکیلات اقتصادی دارای بخش اطلاع رسانی گردید و داد و ستدهای جهانی و بین المللی در طول شبانه روز از طریق شبکه های ارتباطی با سرعت بیشتری صورت می پذیرفت و عامل تعیین کننده ای در زندگی مردم به شمار می رفت. در دهه ۱۹۹۰ مردم با ساعات کار کمتر، بازده کاری بیشتری را ارائه می دهند و کارهای اداری، بدون تبادل کاغذ صورت می پذیرد، درست مانند کلبه الکترونیکی که در این دهه بیش از یک افسانه می نماید (فورستر ۱۹۹۲). طبقه بندی جدید با ویژگی "فقر اطلاعاتی" در اثر بروز شکل جدید از برتری طلبی و به شکل غلبه الکترونیکی در عرصه جهانی پدیدار شده است. بدین ترتیب تولد عصر جدیدی به نام عصر اطلاعات در حال وقوع است. در این دوران نه تنها افزایش حجم اطلاعات یا فعالیت های مربوط به اطلاع رسانی، بلکه تحولاتی که به تغییر "جامعه متکی به کشاورزی" به "جامعه متکی به صنعت" و پس از آن به "جامعه متکی بر اطلاعات" مرتبط می باشد، بارز است. هر چند تعریف "جامعه اطلاعاتی" بطور اخص به شیوه اشاره ای ندارد ولی آشکارا با جوامع غربی و سرمایه داری مرتبط است. جوامع سوسیالیست، با گرایش استبدادی و مطلقه خود نمی توانستند عامل شکل گیری یک جامعه اطلاعاتی باشند. شاید انبوه اطلاعات و اشاعه آن با فن آوری های ارتباطی غرب بود که از هم پاشی نظام شوروی سابق و کشورهای اروپای شرقی را در پی داشت. اکنون این خطر وجود دارد که اشاعه و پردازش اطلاعات به میزان بالایی در کنترل عده قلیلی از کشورهای حاکم قرار گیرد و از دست دادن آزادی فکر و تصمیم گیری مستقل یک خطر جدی برای کشورهای دیگر جهان است. بر این اساس در ارتباطات اطلاعاتی بین المللی، برتری کشورهای توسعه یافته آشکار و صدور اطلاعات آنها بیش از واردات آن از کشورهای دیگر و بویژه کشورهای در حال توسعه و اروپای مرکزی و شرقی است. در جوامع کنونی مشخصا به دو زیرگروه "فقرای اطلاعاتی" و "ثروتمندان اطلاعاتی" برمی خوریم. از این رو زمانی که جریان اطلاعات در جامعه از تحرک بیشتری برخوردار شود، آنهایی که از وضعیت اجتماعی و اقتصادی بالاتری بهره مندند، سریع تر از قشر ضعیف این اطلاعات را تصاحب می کنند. در نتیجه با رشد تمایز اطلاعاتی، تبعیض میان طبقه برتر سیاسی - اقتصادی و علمی و اقشار مادون آن رو به فرونی خواهد گذاشت. با توجه به خطرات ناشی از حاکمیت سرمایه داری در دهه پایانی قرن بیستم، لیون (۱۹۸۸). با وقوف به این امر که نظارت بر فن آوری های اطلاعاتی می تواند در آینده مسئله ساز باشد خطر تمرکز قدرت در جوامع اطلاعاتی را گوشزد می نماید. "لیون" توسعه بخشی اطلاعات در اقتصاد نوین نظر مساعدی ندارد، زیرا نه تنها تخصیص بسیاری از مشاغل بر پایه اطلاعات را امری مشکل زا می داند بلکه

با متکی شدن تمام زوایای فعالیت ها بر اساس اطلاعات، جریان تفکیک مشاغل به طبقات اطلاعاتی و غیراطلاعاتی، مشکلات و تردیدهای فراوانی را به دنبال خواهد داشت.

انواع رسانه ها: تقسیم بندی های مختلفی برای رسانه ها می توان ارائه داد اما هدف از تقسیم بندی ذیل،

تعیین و مشخص نمودن مرز بین رسانه های الکترونیک با سایر رسانه هاست:

۱- رسانه های مکتوب (Printed media) : نشریاتی هستند که بر روی کاغذ چاپ می شوند.

۲- رسانه های الکترونیک (Electronic media) : رسانه های الکترونیک شامل رادیو و تلویزیون، کامپیوتر، ماهواره، یا نسخه PDF یا الکترونیکی رسانه ها و روزنامه ها در شبکه های الکترونیکی هستند. این نوع رسانه ها تنها تفاوتی که با رسانه های چاپی دارند جنس ارائه آنهاست. یعنی اگر محتوای نشریه ای عینا از رادیو پخش شود؛ رسانه الکترونیک است. گام های ارائه نشریه الکترونیک با آنالوگ شروع می شود.

۳- رسانه های دیجیتال (Digital media) : نسخه صفر و یک شده رسانه الکترونیک، پیامک، بازی دیجیتالی، ابرمتن ها، رسانه های دیجیتال به رسانه هایی گفته می شود که تبادل یا انتشار محتوا در آنها، تنها به کمک ابزارهای مجهز به پردازشگر دیجیتال میسر باشد. شامل رسانه های مبتنی بر شبکه (نظیر شبکه جهانی اینترنت)، سرویس های مخابراتی از قبیل پیامک (SMS) و سایر اشکال شبکه های تبادل داده مانند بلوتوث و همچنین رسانه های مبتنی بر حامل های فیزیکی دیجیتال از قبیل بسته های نرم افزاری رسانه ای، بازی های رایانه ای و مانند آنها. به تعبیر دیگر؛ محتوای این رسانه ها از صفر و یک تشکیل می شود. یعنی متن بصورت صفر و یک روی اینترنت قرار می گیرد و با فرمت مختلفی مثل HTML منتشر می شود و توسط مرورگر وب خوانده می شود.

در برخی منابع، فضای سایبری^۱ را از دیجیتال جدا کرده و بصورت مستقل طبقه بندی نموده اند که به نظر نگارنده لزومی به این کار نیست.

به نظر نگارنده تقسیم بندی جامع و مانع رسانه ها عبارتند از :

۱- رسانه های شفاهی: مثل سخنرانی، همایش، کلاس درس، ارتباطات فیس تو فیس و جلسات، موسیقی.

۲- رسانه های چاپی: کتاب، روزنامه، مجله، نشریه، رسانه محیطی، بیلبرد،

¹ cyber space

فضای سایبر یا cyber space نخستین بار توسط ویلیام گیسون نویسنده داستان علمی تخیلی نور و مفسر در سال ۱۹۴۸ بکار برده شده است. یک سیستم آنلاین نمونه ای از فضای سایبر است که کاربران آن می توانند از طریق ایمیل یا چت با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. برخلاف فضای واقعی در فضای سایبر نیاز به جابجایی های فیزیکی نیست و کلیه اعمال فقط از طریق فشردن کلیدها یا حرکت موس صورت می گیرد.

۳- رسانه های الکترونیک: رادیو و تلویزیون، تمامی رسانه های تحت وب، تلفن همراه.

تعریف رسانه های الکترونیک : وسایلی که برای برقراری ارتباط از الکترونیک بهره می برند را رسانه های

الکترونیک می گویند.

ویژگی های رسانه های الکترونیک: ویژگی ها و عاملی که باعث می شود از رسانه های الکترونیکی استفاده

کنیم عبارتند از:

- ۱) سرعت بالا (دریافت، تولید، توزیع و انتشار)
- ۲) دسترسی سریع و آسان
- ۳) ضرورت تغییر شیوه های سنتی در ارتباط
- ۴) پوشش سریع
- ۵) صرفه جویی در هزینه ها، وقت، نیروی انسانی و...
- ۶) قابلیت فنی بالا جهت طبقه بندی، جستجو، ذخیره و بازیابی اطلاعات
- ۷) جذابیت بالای گرافیکی و بصری در ارائه اطلاعات و تصاویر

انواع رسانه‌های الکترونیکی برای به‌کارگیری در روابط عمومی الکترونیک

الف) رسانه‌های الکترونیکی پیوسته

ب) رسانه‌های الکترونیکی ناپیوسته

برخی از رسانه‌های الکترونیکی پیوسته:

۱- شبکه‌های جهانی وب Web World Wide

۲- پروتکل انتقال پرونده File Transfer Protocol

۳- گروه‌های مباحثه Groups Discussion

۴- تل نت Tel net

۵- گروه‌های خبری News Groups

۶- گوفر Gopher

۷- پست الکترونیک E-Mail

برخی از رسانه‌های الکترونیکی ناپیوسته:

۱- دیسکت فشرده و دیسکت (cd,d,dvd)

۲- نوار مغناطیسی

۳- دیسکت ویدیویی رقمی

۴- دیگر پرونده‌های رایانه‌ای

ویژگی های رسانه های نوین

رسانه های الکترونیک به همراه رسانه های دیجیتال، رسانه های نوین نامیده می شوند البته به سبب سرعت پیشرفت علم ، اطلاق کلمه نوین به نظر نگارنده صحیح نمی باشد چون اکنون دیگر نوین نیستند لکن به سبب وجود این عبارت در منابع، ذکر آن خالی از فایده نبود در هر حال برخی از ویژگی های رسانه های نوین عبارتند از :

۱- تعاملی بودن: این حالت نظیر ارتباط چهره به چهره است.در ارتباط یک سویه اطلاعات از فرد به جمع بوده است؛اما رسانه های الکترونیک ،تعاملی و دوسویه شده است.در این حالت فرستنده و گیرنده، در یک حالت کنش و واکنش متقابل قرار دارند.مثل وبلاگ ها(تغییر مفهوم یک سویه اطلاعات)

- ۲- جمع زدایی: با این ویژگی کنترل سیستم های ارتباطی از تولید کننده پیام به مصرف کننده پیام منتقل شده است. برخلاف گذشته که پیام ها ی رسانه ها کلی منتشر می شد. حالا نشریات تخصصی به وجود آمده اند و مخاطبان خاص خود را دارند. به دیگر سخن از "جمع سازی" فاصله گرفته و به وادی افراد کشیده شده است.
- ۳- ناهمزمانی: قبلا باید منتظر می شدیم تا روزنامه منتشر شود. اما الان می توان قبل از انتشار روزنامه، از طریق اینترنت به سایت روزنامه ها رفت و از اخبار مطلع شد. این مورد برای فیلم ها و موسیقی ها هم صدق می کند. تکنولوژی های نوین ارتباطی زمان دریافت پیام را در اختیار مخاطب قرار داده اند. این بخش نیز انتقال کنترل از منبع به گیرنده است.
- ۴- تمرکز زدایی: در تکنولوژی های نوین ارتباطی این ما هستیم که مرکزیت داریم. به عبارت دیگر ارتباطات مثل سابق جمعی عمل نمی کنند و سفارش پذیر شده است. مکان دریافت پیام در اختیار مخاطب است. یعنی فرامرز بودن برای دسترسی به اطلاعات.
- ۵- ظرفیت باند(بیشتر): تکنولوژی های نوین اطلاعاتی ظرفیت گردآوری و توزیع اطلاعات را افزایش داده اند. حافظه های عظیم کامپیوترها و قدرت انتقال بی سابقه اطلاعات از طریق فیبرهای نوری و بزرگراه های اطلاعاتی، از این پدیده خبر می دهند.
- ۶- انعطاف پذیری: کمک تکنولوژی های نوین ارتباطی در هر زمان می توانیم وارد شبکه شویم. دسترسی آنلاین و لحظه ای به متن، صوت و تصویر داشته باشیم. این انعطاف پذیری اوج تعاملی شدن ارتباطات است.

ویژگی های وسایل ارتباطی دو سویه

تکنولوژی های دو سویه نوین ارتباطی، در عین حال دارای ویژگی هایی هم هستند که می توان آن ها را چنین

برشمرد:

۱- تعاملی بودن (Inrer Activity): به مفهوم دوسویه شدن و دارا شدن ویژگی های کانال های فردی و جمعی به طور هم زمان و تغییر مفهوم جریان یک سویه به (One-To-Many Flow).

۲- ناهم زمانی (Asynchronous): امکانات جدید در پخش و ضبط ویدیویی باعث غلبه بر عنصر زمان شده و کاربر حالا قابلیت کنترل ارسالی و دریافت پیام را از جنبه ی زمانی دارد. با این امکان می توان بر جبر زمان غلبه کرد.

۳- تمرکززدایی (Decentralization): حالا مرکزیت با فرستنده ها نسبت با افراد است. ارتباطات مثل پست سفارشی پذیرفته شده است و می توانند پیام هر فرد را به خود او برساند. این امر در دوران غلبه ارتباطات جمعی یک سویه وجود نداشت.

۴- جمع زدایی (Dimassifcation): اکنون کنترل سیستم های ارتباطی از تولیدکننده ی پیام به مصرف کننده ی پیام منتقل شده و به مرور به ارتباط تفریقی تخصصی و تبدیل (Broad Casting) به (Narrow Casting) (پخش گسترده به پخش محدود) انجامیده است.

۵- ظرفیت (Band Capacity): انفجار اطلاعات به همین منظور مطرح است. ظرفیت باند به میزان ورودی اطلاعات به یک مجموعه اطلاق می شود و یک ویژگی رقابتی به حساب می آید.

۶- انعطاف پذیری (Flexibility): این امر باعث شده است تا هر وقت که اراده می کنیم بتوانیم وارد سپهر اطلاعات شویم. در چنین حالتی از زمان کاستن از زمان دریافت پیام گسترش دامنه ی پذیرش و کاستن از توزیع کنندگان

عوامل موثر در تغییرات ارتباطی

پنج عامل تکنولوژیک در تغییرات ارتباطی نقش مهمی ایفا کرده اند این پنج مولفه که در چهار مرحله ، نوشتار،

چاپ، ارتباطات دوربرد و ارتباطات تعاملی (interactive) بروز کرده اند، به قرار زیر هستند:

۱- تکنولوژی های مخابره (Transmission): تکنولوژی هایی که در مخابره نقش داشتند مثل ماهواره و کابل.

- ۲- تکنولوژی مینیاتوری (Miniaturization): کوچک شدن ابعاد تکنولوژی ها از عوامل موثر دیگر بر تغییرات ارتباطی بود. مثلا پرتابل شدن کامپیوتر که خود باعث تغییرات مهمی در کاربری آن شد.
- ۳- تکنولوژیهای انباشت و بازیافت (Storage & Retrieval): این نوع تکنولوژیها به انباشت رقمی اطلاعات کمک کرده و به این ترتیب ضمن فشرده سازی حجم اطلاعات (نظیر کارکرد دیسکتها و سی دی رام) به طبقه بندی و بازیافت سریع آن نیز کمک کردند.
- ۴- تکنولوژی های نمایش (Display): این نوع تکنولوژی ها مثل مانیتورها و صفحات نمایش نیز با قابلیت هایی که به وجود آوردند، تغییرات مهمی ایجاد کردند.
- ۵- تکنولوژی های کنترل (Control): توسط رایانه ایجاد شد و سبب اعمال کنترل زیاد بر جریان ارتباط شد.

خبرنامه الکترونیک

برخی از نشریات را می توان بصورت الکترونیکی روی شبکه قرار داد حتی می توان متن کامل مقالات را در اختیار استفاده کنندگان قرار داد در اینگونه موارد عمدتا نیازی به پرداخت حق اشتراک توسط مخاطبان نیست. روش دیگر ارسال این نشریات آنالوگ از طریق پست الکترونیک در قالب خبرنامه الکترونیک است. سه بخش اصلی در فرآیند ارسال خبرنامه وجود دارد که شامل:

- ۱- محتوا، مطالبی که در خبرنامه است. مانند اخبار، مقاله و گزارش
- ۲- قالب بندی و طرح: طراحی صفحه و خصوصیات دیگر مانند فونت، عکسهای گرافیکی، بخش بندی، تیترا و لینکها
- ۳- مدیریت ارسال، که مدیریت به روز رسانی لیست مشترکین است.

روابط عمومی های مدرن : امروزه روابط عمومی ها از ارتباط مستقیم به ارتباط از طریق تکنولوژی های ارتباطی روی آورده اند که این امر شرایط را برای شکل گیری روابط عمومی های دینامیک بجای روابط عمومی استاتیک پدید آورده است. مخاطب روابط عمومی ها امروزه تمام کسانی هستند که به کامپیوتر و اینترنت دسترسی دارند. امروزه روابط عمومی های مدرن به عنوان روابط عمومی تک به تک، سایبر، دیجیتال، مجازی، دوفضایی (واقعی و مجازی)، الکترونیک و روابط عمومی معنایی نام می برند. (نکته: ویژگی های روابط عمومی معنایی عبارت است از تاکید بر محتوا، استفاده از وب ۳ و بکارگیری

نرم افزار می باشد.) تعریف روابط عمومی الکترونیک: روابط عمومی الکترونیک بکارگرفتن فناوری ها جدید ارتباطی و سیستم های نوین اطلاع رسانی برای ارائه خدمات منطبق بر خواسته ها و نیازهای مخاطبان بطور لحظه ای و به منظور تحقق بخشیدن به هدف های روابط عمومی است. مهم ترین تفاوت روابط عمومی سنتی با روابط عمومی الکترونیک در دو نکته است. در روابط عمومی سنتی به دنبال افزایش مشتری هستیم. یعنی محصول مداری و به دنبال جذب مشتری بیشتر برای خدمات خود باشیم. اما در روابط عمومی الکترونیک افزایش خدمات برای ما مهمتر است. در این جا به دنبال ارائه خدمات بیشتر برای مشتریان خود هستیم که از آن به عنوان مشتری مداری نام می برند. نکته دیگر بهره گیری از ابزارهای نوین ارتباطی است. تفاوت اصلی روابط عمومی آنلاین با روابط عمومی الکترونیک سرعت و لحظه ای بودن اطلاع رسانی و همچنین تعاملی بودن در روابط عمومی آنلاین است. ارائه خدمات بصورت ۷ ضربدر ۲۴ یعنی ۷ روز هفته در طول ۲۴ ساعت شبانه روز می باشد. اما مفهوم روابط عمومی آنلاین PR در مقایسه با سایر مفاهیم در ادبیات این رشته کاربرد بیشتری داشته و مفهوم جامع تر، کامل تر و جا افتاده تری را نسبت به سایر اسامی روابط عمومی مدرن در زبان انگلیسی دارد. این در حالی است که کاربرد روابط عمومی الکترونیک به زبان فارسی نمی تواند آن مفهوم آنلاین بودن را داشته باشد.

جیمزهورتن استاد علوم ارتباطات و از پیشگامان مباحث روابط عمومی آنلاین در تعریف روابط عمومی آنلاین می گوید: روابط عمومی آنلاین همان روابط عمومی سنتی است که بصورت آنلاین گسترش یافته است. روابط عمومی آنلاین ارزش افزوده است چرا که امکانات آنلاین، امکان تعامل بین افراد، اخبار نامحدود و اطلاع رسانی را فراهم می سازد. روابط عمومی آنلاین یک گفتمان تازه است، گفتمانی که دارای ارتباط دوسویه است و مبتنی بر دیالوگ و شفافیت می باشد. روابط عمومی با آنلاین شدن تغییر چهره نمی دهد، بلکه تغییر ساختار می دهد.

روابط عمومی در جامعه اطلاعاتی باید در سازمان حضوری قدرتمند و مؤثر داشته باشد تا بتواند مدیریت را در تصمیم گیری ها و استراتژی های سازمان در قبال محیط و مخاطبان یاری رساند و وی را از اهمیت ارتباط دوسویه با محیط، ارزیابی سازمان از نظر مخاطبان، ضرورت مخاطب محوری در سازمان، تطبیق برنامه ها و سیاست های سازمان با گرایش ها و خواسته ها و نیازهای مخاطبان، آگاه کند .

عمده ترین سؤالات ما در عصر رسانه های الکترونیک این است که چگونه می توانیم در جهت اهداف روابط عمومی از سرویس های الکترونیک استفاده کنیم و مهم تر این که چگونه می توان توسط این سرویس ها ارتباط مشتری و یا مخاطب را با روابط عمومی برقرار کرد .

در این راستا باید نکات زیر را مد نظر قرار دهیم؛

۱- نوع جدیدی از مخاطبان با رسانه های الکترونیک در حال شکل گیری هستند.

۲ - روابط عمومی به گونه ای فزاینده در حال تغییر و گسترش است .

۳ - روابط عمومی ها از ارتباط مستقیم به ارتباط از طریق تکنولوژی ارتباطات روی می آورند .

۴ - تکنیک های جدید، مناسبات ارتباطی میان روابط عمومی ها و مخاطبان آن ها را تغییر خواهد داد، اما پیام رسانی

یک مسوولیت مداوم برای روابط عمومی ها باقی خواهد ماند .

مسئولیت های روابط عمومی در عصر رسانه های الکترونیک

با ورود به دنیای جدید که در آن اینترنت حرف اصلی را می زند، روابط عمومی مسوولیت هایی تازه می یابد که عمده ترین

آن ها به شرح زیر است؛ ۱ - اطلاع یابی که در این مرحله تهیه و تولید اطلاعات انجام می گیرد .

۲ - اطلاع شناسی که مرحله تدوین و تنظیم اطلاعات است .

۳ - اطلاع رسانی که مرحله توزیع و تبیین اطلاعات است .

یکی دیگر از دلایلی که باعث پرداختن به این بحث می شود، آن است که روابط عمومی الکترونیک، سازمان ها را از قید و

بند محدودیت های زمانی و مکانی رها ساخته و به توسعه روابط عمومی و در نهایت به توسعه کشور کمک خواهد کرد .

البته نباید از نظر دور داشت که بحث آموزش در روابط عمومی آن هم در چنین شرایطی از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

برگزاری دوره های آموزشی کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت و همایش های علمی منطقه ای، ملی و بین المللی با استفاده از

حضور اساتید مجرب و موفق در این عرصه می تواند شرایط مساعدتری را برای پذیرش این تغییر و ایجاد انگیزه های بیشتر

در مدیران، دست اندرکاران و متولیان روابط عمومی در کشور مهیا نماید. البته در این حوزه نیز مانند سایر حوزه ها در

بهره گیری از تکنولوژی های روز دنیا با تأخیری قابل تأمل نسبت به کشورهای توسعه یافته مواجه هستیم و باید در این مسیر

با سرعت بیشتری گام برداریم. هر چند که اقدامات صورت گرفته در این عرصه مانند برگزاری همایش های بین المللی،

وبلاگ ها و پایگاه های تخصصی روابط عمومی را می توان برای شروع حرکت به سمت روابط عمومی الکترونیک، مناسب و

مفید ارزیابی کرد . با توجه به مطالب ارائه شده، چنین به نظر می رسد که روابط عمومی الکترونیک، از ضرورت های

اجتناب ناپذیر دولت الکترونیک بوده و روابط عمومی است که می تواند و باید زمینه های لازم و بسترسازی مناسب را برای

تحقق دولت الکترونیک فراهم نماید؛ چراکه هر گونه بی توجهی نسبت به تربیت شهروند الکترونیک، باعث خواهد شد انرژی

و هزینه های مربوط به ایجاد دولت الکترونیک هدر رفته و آن را با شکست مواجه کند.

شاخص‌های روابط عمومی الکترونیک، اثربخش و مطلوب

روابط عمومی آنلاین با استفاده از تکنولوژی‌های نوین سعی دارد اثربخشی فعالیت‌های روابط عمومی را در رابطه با اهداف سازمان و بویژه جلب رضایت ذی‌نفعان به حداکثر برساند. روابط عمومی آنلاین در مقایسه با روابط عمومی سنتی از نظر هدف، نقش و جایگاه در سازمان تغییری نکرده است ولی از توانمندی به مراتب بالاتری برخوردار شده است.

شاخص‌های روابط عمومی الکترونیک، اثربخش و مطلوب عبارتند از:

- ۱- افزایش بهره‌وری در حوزه خدمات روابط عمومی
- ۲- افزایش انسجام گروهی و حس حمایتی
- ۳- ایجاد حس عضویت در خانواده سازمان
- ۴- پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری در دو طرف ارتباط

جامعه اطلاعاتی

در دنیای امروز تولید اطلاعات و دانش فنی و کاربرد آن فرایندی است که با دسترسی به اطلاعات طبقه بندی شده و به کارگیری آن در توسعه اقتصادی و اجتماعی نوعی مزیت و برتری شمرده می‌شود. نتایج تحقیقات، نظریه پردازی ها، آزمایش‌های راهبردی، شکل‌گیری مفاهیم، مشاهده‌ها، فن‌آوری‌ها و... را می‌توان به شکل‌های قابل استفاده برای دیگر محققان ارائه کرد.

“ دانش آموختگان اطلاعات، کسانی هستند که فراگیری صحیح را آموخته‌اند؛ آنها که می‌دانند چگونه باید آموخت، زیرا آگاه‌اند که اطلاعات چگونه باید طبقه بندی، بازیابی و به کار گرفته شود، به گونه‌ای که دیگران نیز قادر به آموختن از آنان باشند. اینان کسانی هستند که توانایی فراگیری مستمر دانش را دارند، زیرا همواره قادرند اطلاعات موردنیاز خود را در هر تصمیم‌گیری به موقع به دست آورند. تحصیل دانش فنی مهارتی است در جهت بقای فرد در عصر اطلاعات و می‌تواند فرد را از نابودی حتمی در جریان تند و سیل‌آسای اطلاعاتی عصر حاضر، چه در زندگی شغلی و چه در زندگی شخصی محفوظ دارد” (بدی، ۱۹۹۰).

“ جامعه اطلاعاتی ” (۲) جامعه‌ای است همراه با خدمات اطلاعاتی رسانه‌های همگانی که با آهنگی سریع‌تر از دیگر جوامع و تفوق بر اندوخته‌های تجربی و دانش محض به پیش می‌رود؛ جامعه‌ای که ارتباطات، عامل انتقال دهنده واقعی برای ایجاد تغییر و تحول در هر فرد به منظور دستیابی عملی به اطلاعات بی‌حدومرز است و در آن، ارتباطات شبکه

اطلاعاتی جهانی، جایگزین سرویس ارتباطات تلفنی جهانی شده و تولید ارزش های اطلاعاتی عامل تعیین کننده ای در توسعه جامعه است.

در "جامعه اطلاعاتی" الگوهای سطح زندگی شغلی، اوقات فراغت، نظام آموزشی، و عرصه دادوستد مشخصا از پیشرفت اطلاعات و دانش فنی متأثر است. این پدیده نشأت گرفته از رشد فزاینده تولید انبوه اطلاعات در طیف گسترده رسانه های جمعی است که اکثر آنها نیز به صورت الکترونیکی ظهور می یابد (مارتین، ۱۹۹۲).

معیارهای جوامع اطلاعاتی

۱- معیار اقتصادی

به عنوان اولین معیار و وسیله ای برای پیشرفت به سوی جامعه اطلاعاتی، می توان "اطلاعات اقتصادی" را نام برد که ناشی از تحولات اجتماعی و اقتصادی از سال ۱۹۶۰ تاکنون می باشد. پژوهش هایی که "ماخ لوب" و "پورت" در این زمینه انجام دادند منجر به نگرش های تازه ای به نقش اطلاعات در اقتصاد کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته شد، مفهوم یک مبحث جدید اطلاعاتی که نشانگر اقتصادی گذرا از حالت اولیه یعنی اقتصاد متکی به "کشاورزی" به اقتصادی متکی به "صنعت" و سپس متکی به "اطلاعات" است. و این منجر به توصیف عناصر تشکیل دهنده اقتصاد با عباراتی چون: "صنعت اطلاعات" (۵)، "بازار اطلاعات" (۶)، و "کارکنان اطلاعات" (۷) شد که امروزه وارد زبان روزمره شده اند. همین مسئله سبب بروز تحولاتی در ساختار "اشتغال"، به صورت گسترش مشاغل در زمینه های خدمات شخصی، بازرگانی، آموزشی، بهداشتی، ارتباطی و مالی شده است. بر اساس اظهارات "یونشر" (۱۹۰۰) عامل اصلی در اطلاع رسانی، رشد بوروکراسی و نیروی انسانی غیرمولد ناشی از پیشرفت صنعتی بود که سبب افزایش پیچیدگی اقتصادی، گرایش به تخصص لازم در هر رشته، و در نتیجه به کارگیری متخصصان اطلاع رسانی گردید.

۲- معیار فن آوری

ما در عصری قرار داریم که در تمامی جوامع در زمینه های مالیاتی، امنیت ملی، ثبت اسناد، کارت اعتباری، پزشکی و غیره اطلاعات به صورت رقومی عرضه می گردد و با توجه به شرایط امنیت ملی و بین المللی و از طریق به کارگیری کامپیوتر و ارتباط آن با ماهواره های دفاعی و سیستم های پیش آگهی دهنده تا سیستم پیشگویی شرایط آب و هوایی و دریانوردی، اطلاعات لازم در دسترس قرار می گیرد. اگر چه پیشرفت فن آوری به خودی خود شرط کافی برای نیل به

جامعه اطلاعاتی نیست، اما یک پیش نیاز ضروری شمرده می شود. کلید چنین پیشرفتی در میزان تفکیک پذیری این فن آوری ها از زندگی روزمره شهروندان و کاربرد آنها نهفته است. تحقیق انجام شده توسط “هلال”

(۱۹۹۳) نشانگر کاربرد وسیع فن آوری های پیشرفته شامل رایانه های نوری، متخصصان خبره، و نظام اطلاع رسانی مبتنی بر دانش فنی و کتابخانه های الکترونیکی در سال های پس از ۲۰۰۰ می باشد. همچنین خدمات اطلاع رسانی که پیامد تحولات آگاهانه اجتماعی است به شکل آموزش از راه دور شبکه های اطلاع رسانی، کنفرانس های خبری از راه دور، و دادوستد و بازاریابی از طریق شبکه های رایانه ای رواج می یابد.

۳- معیار اجتماعی

تحول اجتماعی مبتنی بر اطلاعات، شامل تاثیر آزادی تدوین قانون حاکم بر مبادله اطلاعات می باشد که در آن ایجاد شبکه اطلاعات و ارتباطات الکترونیکی می تواند به تجدید حیات خانواده و جامعه منجر شود. انزوای قشر دارای فقر اطلاعاتی در جامعه الکترونیکی با شکل گیری مجدد قشر محکوم و ضعیف در جامعه اطلاعاتی که توسط کارفرمایان استثمار می شوند و نادیده گرفتن حقوق این قشر در انعقاد قراردادها بار دیگر به شکل جدیدی بروز می نماید. “ماسودا” (۱۹۸۵) به طرح جامعه اطلاعاتی می پردازد که در آن محور اصلی ارزش های اطلاعاتی بر ارزش های مادی غلبه می کند و در اقتصاد این جامعه، سرمایه اطلاعات و دانش فنی بر سرمایه مواد برتری می یابد.

۴- معیار سیاسی

تمرکز قدرت، نفوذ سیاسی و تحولات اجتماعی ناشی از اطلاعات دلیل آشکاری بر مزایا و منافع ایجاد یک قطب اطلاعاتی است که سبب تغییرات بنیادین سیاسی از طریق پوشش خبری (نظیر آنچه در شوروی سابق و بلوک شرق رخ داده) می باشد. چنانچه پخش آخرین رویدادها از طریق رسانه های همگانی را از نظر “فقر اطلاعاتی” و “غنای اطلاعاتی” بنگریم، پیامد آن، تبدیل جامعه جهانی به دو گروه مخاطبان منفعل و صرفا مصرف کننده و رسانه های جمعی از یک سو، و شمار قلیلی از کشورهای برتر و نیز افراد سرآمد کشورها و تولیدکنندگان فعال و کاربران اطلاعات الکترونیکی از سوی دیگر خواهد بود.

۵- معیار فرهنگی

بسیاری از ناظران گرایش به دیدن نشانه های تحول در ارزش های فرهنگی به دنبال پیشرفت جامعه اطلاعاتی دارند، اگر چه باید خاطر نشان کرد که جوامع مختلف عکس العمل های متفاوتی در برابر حضور فن آوری های پیشرفته دارند و حتی فرهنگ جهانی الکترونیک مستعد پذیرش تاثیرات محلی و ملی است. در حقیقت آنچه در حال وقوع است توسعه و تعامل گسترده فرهنگ ها است، نه به اصطلاح فرهنگ نوپایی که تحول و تغییر اساسی شیوه زندگی را در سراسر جهان به دنبال داشته باشد.

همواره خطر استیلای یک فرهنگ وجود داشته است، فرهنگی مبتنی بر ارزش های مادیگرایی غرب که جایگزین "فرهنگ بومی" شود و جهانی را در اثر فقر فرهنگی به پوچی گرایش دهد. اگرچه ممکن است یک خبر، عکس العمل های متفاوتی را در کشورهای مختلف ایجاد کند، لیکن نادیده انگاشتن تاثیرات بالقوه سوء جریان جهانی اطلاعات بر روی هویت و تنوع فرهنگی کشورها، امری خطرناک شمرده می شود، زیرا ممکن است منجر به پذیرش فرهنگ هایی شود که تاکید بیشتری بر بی پروایی و صراحت در تبادل اطلاعات گوناگون و بویژه مبادله متمرکز اطلاعات در زمینه های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی دارند:

۱- فرار مغزها که منجر به مهاجرت مهندسان و محققان کشورهای در حال توسعه به کشورهای صنعتی و توسعه یافته می گردد و بهترین متخصصان کارآمد در زمینه علوم و فن آوری به کشورهای ثروتمند غرب مهاجرت می کنند. کشورهایی که این نیروها را از دست می دهند و بدین ترتیب سطح فن آوری آنان نیز تنزیل می یابد.

۲- راهبردهای مدرن سازی در کشورهای جهان سوم غالباً منجر به افزایش بدهی های خارجی، بهبود ارتباطات راه دور بین المللی به جای توسعه شبکه اطلاعاتی و مخابراتی بومی می گردد.

۳- شرکت های بزرگ مخابراتی در روابط بازرگانی با شرق، تنها برای ایجاد رقابت ناسالم محلی تلاش می کنند و در این راستا توسعه ناهماهنگ اجتماعی را در فضای ارتباطات راه دور ایجاد می نمایند.

۴- اطلاعاتی کردن جوامع در حال توسعه موجب تضاد آشکار میان "فقرای اطلاعاتی" و "ثروتمندان اطلاعاتی" می گردد.

میزان و کیفیت اطلاعات مورد نیاز برای برنامه ریزی و مدیریت بر اساس نظام آماری اطلاعات، بیش از آن حدی است که بتوان آن را به طور متمرکز ارزیابی کرد و به همان مقیاس به کار برد. در نتیجه، با وجود این که کشورهای حاکم به طور حتم از نظر اطلاعاتی غنی هستند، این که دارای غنای علمی حقیقی نیز باشند جای سوال جدی است. در مقابل،

مردمان کشورهای کوچک و تحت سلطه می توانند به غنای دانش حقیقی دست یابند، چرا که دانش و اطلاعات مردم این کشورها که با کسب تجاربی در زمینه کمبودها، فقر، سختی، درد، وابستگی، و ظلم و ستم همراه می باشد. عمیق، پایدار و ابدی است.

چنانچه تفاوت ذکر شده بالا میان اطلاعات و دانش را بپذیریم، در این صورت گسترش سیستم‌های اطلاعاتی به صورت کمی برای هر کشور در حال توسعه نامعقول و بی دلیل خواهد بود، و هدف باید بطور کلی بهبود کیفی این نظام باشد. در عصر جدید، اطلاعاتی شدن به معنای بین المللی شدن - جهانی شدن - است و این روند همواره همانندسازی فرهنگ‌ها را به دنبال خواهد داشت (بیکر، ۱۹۹۳).

به طور طبیعی هر "فرهنگ" متعلق به یک محل یا منطقه خاص، و در برگیرنده دانش جامع و اندوخته شده نسل‌ها، و بازتاب استعدادها و ویژگی‌های یک گروه در مقایسه با دیگر گروه‌هاست که در زبان و لهجه ظهور می یابد و احساس تعلق به یک سرزمین و هویت آبا و اجدادی را به همراه دارد. دقیقاً به خاطر همین احساس است که نمی توان فرهنگ را به عنوان یک ابزار مورد استفاده خصوصی یا تجاری قرار داد.

تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات

تعریف: «تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی عبارتند از مجموعه‌ای از ماشین‌ها به نام کامپیوتر، تلفن‌ها، داده پردازنده‌ها، ایستگاه‌های کاری، روبات‌ها، ماهواره‌ها، تلویزیون‌های کابلی و غیره که از طریق نرم‌افزار، فعال و عملگرا می‌شوند»

اما تعریفی که "مانوئل کاستلز" ارائه می‌دهد از جامعیت بیشتری برخوردار است: «تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی عبارت از مجموعه‌هایی همگرا از تکنولوژی‌ها در میکرو الکترونیک‌ها، کامپیوتینگ (شامل ماشین‌ها و نرم‌افزارها)، ارتباطات راه دور، مخابرات و پخش و الکترونیک‌های نوری می‌باشد»

تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید از دو بخش تکنولوژی‌های ارتباطی (چه قدیمی و چه جدید مثل تلفن، فکس، تکنولوژی‌های پخش، ماهواره‌ها، تلویزیون کابلی، کابل‌های نوری پهن‌بند و غیره) و تکنولوژی‌های اطلاعاتی (کامپیوترها، نرم‌افزارها) تشکیل شده‌اند. سه نوآوری مهم در دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ بین تکنولوژی‌های ارتباطی و تکنولوژی‌های اطلاعاتی پیوند برقرار ساخته است. نخستین نوآوری عبارت است از اطلاعات در شکل متن، تصویر، صدا، گرافیک و جایگزین ساختن آن‌ها به جای سیم‌های مسی (در بخشی تکنولوژی‌های ارتباطی) دومین نوآوری، رقمی‌سازی فرآیند داده‌ها و اطلاعات در شکل‌های گوناگون و سومین فرآیند نوآوری اختراع ابزارهایی به نام مودم است.

فن‌آوریهای نوین الکترونیکی

اینترنت نامی است برای سیستمی گسترده و جهانی، شامل مردم، کامپیوترها و بسیاری خطوط انتقال با سیم و بی‌سیم که اطلاعات دایما بر روی آن جریان دارد و ریشه آن به پروژه‌ای به نام "آرپانت" در آژانس پروژه‌های تحقیقاتی پیشرفته وزارت دفاع آمریکا برمی‌گردد. ایده اصلی، ایجاد یک شبکه اطلاعاتی بین کامپیوترهای پایگاه نظامی بود تا بتواند ارتباط خود را طی حادثه هسته‌ای حفظ کند. این پروژه در سال ۱۹۷۸ آغاز شد و خیلی زود به سمت سیستم کنونی توسعه یافت.

استفاده از اینترنت به این معنا است که در محل و پشت کامپیوتر شخصی خود بنشینید و برای انجام کار یا منظوری، در مسیر جریان اطلاعات قرار بگیرید. جلسه ممکن است با بررسی صندوق پستی الکترونیکی آغاز شود، پیام‌های رسیده را بخوانید و به آنها پاسخ دهید. سپس ممکن است بخشی از چند گروه خبری را مطالعه کنید، مجلات و روزنامه‌های

الکترونیکی را ورق بزنید یا بر روی کامپیوتری در کشوری دیگر به دنبال اطلاعات بگردید، پرونده‌های مطلوب را پیدا کرده و برای کامپیوتر خود ارسال کنید. برای استفاده از اینترنت به سه چیز نیاز دارید:

۱. کامپیوتر

۲. برنامه‌های سرویس‌دهی و نصب آن بر روی کامپیوتر خود

۳. راهی برای متصل کردن کامپیوتر خود به اینترنت به طوری که سرویس دهنده‌ها بتوانند به درخواست‌های شما

پاسخ دهند.

۱- پست الکترونیکی

اطلاع‌رسانی و اطلاع‌گیری از طریق اینترنت امری معمولی و بدیهی است. یکی از روش‌های کسب پیام یا ارسال پیام، پست الکترونیک است که افراد آن را جایگزین ارسال نامه‌ها از طریق پست سنتی کرده‌اند. با این سرویس می‌توانید برنامه‌های خود را ارسال یا پیام‌های رسیده را از صندوق پستی خود (E-mail) دریافت کنید. همچنین این امکان وجود دارد که به وسیله این سرویس هر چیزی که در پرونده‌ای ذخیره می‌شود، پیوست شود، مثل تصاویر، اعلامیه‌ها و غیره. این سرویس مهم‌ترین و کارآمدترین موضوع اینترنت است که به دلیل سادگی از پرطرفدارترین سرویس‌های اینترنتی محسوب می‌شود، به طوری که در حدود ۵۰ درصد از کشورهایی که به اینترنت متصل هستند، عمده بهره‌وری آنها از همین سرویس است. امروزه افراد، شرکت‌ها و روابط عمومی‌ها از این سرویس بهره فراوانی می‌برند. در واقع این سرویس، پیام‌ها را ردوبدل و مشکل اشغال تلفن را رفع می‌کند، می‌توان گفت پست الکترونیک جای تلفن، نامه‌های پستی، فاکس و... را گرفته است.

۲- مجله الکترونیک

پخش مستقیم خبر و قطع واسطه، آرزویی است که خوانندگان روزنامه‌ها همیشه در پی آن بوده‌اند. امروزه مردم باسواد آخرین خبرها را از شبکه‌ها می‌گیرند، زیرا اخبار شبکه‌های همراه صوت و تصویر، جذابیت و شفافیت بیشتری دارد و خبر الکترونیک اسیر زمان و مکان نیست. امروزه در دنیای پیشرفته، اکثر روزنامه‌ها بر روی شبکه اینترنت قرار می‌گیرند و قبل از این که مشترک روزنامه، از طریق پست روزنامه خود را دریافت کند یا از باجه آن را خریداری کند، فرد باسواد و آشنا به امور شبکه می‌تواند روزنامه را ورق بزند و مطالب مورد علاقه خود را مطالعه کند. خواننده روزنامه اگر کامپیوتر در اختیار داشته باشد، در هر جا به سرعت می‌تواند روزنامه خود را مطالعه کند. با توجه به مزایای عمده تشریفات الکترونیکی و سهولت و ارزانی تدوین و توزیع آن، امروزه شرکت‌های بزرگ دنیا برای تبلیغات خود از این روزنامه‌ها بهره می‌گیرند آخرین

تحولات و عملکرد شرکت را حتی در یک برگ اینترنتی منتشر می کنند و این امر به خصوص مورد استقبال اهل فن قرار می گیرد.

۳- فاکس

یکی از ابزارهای مهم و عمومی پیامرسانی ابتدای دوران الکترونیک، دستگاه فاکس (نمبر) است که از اجزای لاینفک تمام گروه های اطلاع رسانی ادارات و مؤسسات به شمار می رود. جدا از استفاده معمول از فاکس، کسب اطلاعات به روش های دیگر نیز موجود است. روابط عمومی بعضی ادارات، برنامه ای با عنوان فاکس برگردان تدوین کرده اند تا کسانی که در منزل یا اداره خود فاکس دارند، بتوانند از طریق فاکس اطلاعات مورد نیاز خود را با گرفتن شماره تلفن دریافت کنند. اطلاعات در یک برنامه کامپیوتری تدوین شده است (این اطلاعات عموماً تقسیم بندی شاخه ای دارد). کامپیوتر به یک خط تلفن متصل است. این خط تلفن اعلان عمومی شده است و صاحبان فاکس که در واقع مشتریان یا مخاطبان شرکت هستند با گرفتن شماره اعلام شده، می توانند اطلاعات مورد نیاز را توسط فاکس خود دریافت کنند. البته اطلاعات موجود در کامپیوتر چنانچه با گذر زمان کهنه شوند، باید به روز شوند. سیستم کامپیوتر فاکس برگردان در واقع مجموعه ای نرم افزاری و سخت افزاری است که به عنوان یک منبع اطلاعات خود را در اختیار درخواست کنندگان قرار می دهد. متقاضیان اطلاعات، می توانند پس از گرفتن شماره تلفن فاکس برگردان به وسیله دستگاه فاکس خود و زدن کلید Start، فرم اطلاعاتی مورد نظر خود را دریافت کنند. این سیستم نیازی به اپراتور برای پاسخگویی تلفن ندارد و به طور شبانه روزی و کاملاً خودکار عمل می کند. ملزومات سخت افزاری: این سیستم شامل رایانه و حداقل یک خط تلفن و ملزومات، نرم افزاری آن سیستم عامل DOS نرم افزار مرتبط برای اطلاعات و به روز کردن اطلاعات می باشد. برخی از مزایای فاکس برگردان مواردی همچون؛ سرویس دهی ۲۴ ساعته، نداشتن افت و استهلاک و خرج تعمیرات و هزینه های جانبی به خصوص نیروی انسانی، بالا بودن سرعت ارسال فاکس، کیفیت بالای فاکس دریافتی، عدم نیاز به آموزش های پیچیده و فنی، کاهش ترافیک تلفن و مراجعه کننده و...

۴- فاکس کامپیوتری

می‌توان با کامپیوتر، خط تلفن و از طریق ایمیل به کسانی که دسترسی به کامپیوتر ندارند ولی دستگاه فاکس دارند، فاکس ارسال نمود.

۵- بانک اطلاعاتی

دسترسی به منابع غنی اطلاعاتی مانند کتابخانه‌های مجازی که حاوی کتب، مقالات، اطلاعات صوتی، تصویری و غیره است، از جمله خدماتی هستند که بر روی اینترنت ارایه می‌شود. در حال حاضر اطلاعات زیادی بر روی اینترنت است: اطلاعات پروازهای هوایی، اطلاعات دانشگاه‌های متعدد جهان، اطلاعات مؤسسات معتبر و مطرح جهان، آخرین دستاوردهای مراکز علمی و تحقیقاتی و... هزاران منبع خبری اعم از شبکه‌های تلویزیونی، رادیویی، روزنامه‌ها، مجلات و خبرگزاری‌ها مرتباً آخرین تحولات خبری را به همراه تحلیل‌ها و مقالات خود بر روی اینترنت قرار داده و به‌روز می‌کنند. اطلاعات هواشناسی آخرین وضعیت بورس سهام عمده دنیا، اطلاعات ورزشی در اینترنت قابل دسترسی است. همچنین اطلاعات سمینارها، کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌های گذشته و آینده و هزاران نوع اطلاعات دیگر.

۶- کنفرانس از راه دور (وینار)

برگزاری جلسات از راه دور میان دو یا چند نفر از نقاط مختلف با پشتیبانی صدا و تصویر از امکانات برجسته دیگری است که در حال حاضر توسط اینترنت ارایه می‌شود و کاربرد وسیعی در محافل علمی و تجاری دارد. افراد علاقه‌مند از سراسر جهان در زمان مشخصی از طریق کامپیوترهایشان به یکدیگر وصل شده و با هم به‌صورت نوشتاری پیرامون موضوع خاصی به بحث و تبادل نظر می‌پردازند. تله‌فاکس در شکل پیشرفته خود که امروزه در حال رایج شدن است، صدا و تصویر افراد را نیز مستقیماً ارسال می‌کند و اعضای گروه می‌توانند هم‌زمان با برگزاری کنفرانس با هم به تبادل فایل پرداخته یا بر روی تخته سیاه کامپیوتری، شکل یا نموداری ترسیم کنند و سایر افراد به صورت زنده آن را مشاهده و در مورد آن بحث کنند. این روش به خصوص امروزه در انجام عمل جراحی از راه دور نیز با موفقیت مورد استفاده قرار می‌گیرد. افراد و کارشناسان می‌توانند با این روش به تبادل اطلاعات و تجربیات خود پرداخته، بدون آن که هزینه رفت‌وآمد و اقامت

در جایی دیگر را بپردازند. کارشناسان روابط عمومی می توانند بهره گیری از این روش را به خصوص برای تبادل تجربیات آغاز کنند.

۷- برد الکترونیکی

حتما بردهای الکترونیکی را که امروزه جای پلاکاردها را گرفته اند، دیده اید. از مهم ترین مزایای بردهای الکترونیکی این است که یک بار نصب می شوند و پیام های آن به راحتی قابل تعویض و چشم نوازتر هستند. عموماً این بردها برای پیام های کوتاه همچون اطلاعات و شماره تلفن های مؤسسات یا... استفاده می شود.

۸- نظرسنجی اینترنتی

تنها می توانید با ایجاد یک سایت اینترنتی و تهیه پرسشنامه مورد نظر، پرسشنامه را در سایت اینترنتی مخصوص به خود قرار دهید و آدرس را به مخاطبان اعلام کنید. مخاطبان با مراجعه به سایت مربوطه، به فرم نظرسنجی شما پاسخ خواهند داد. برنامه باید طوری طراحی شود که پرسشنامه پس از تکمیل، بایگانی شود.

۹- نظرسنجی کامپیوتری

با داشتن یک کامپیوتر، یک خط تلفن و طراحی برنامه نظرسنجی، می توان شماره تلفن نظرسنجی کامپیوتری را به مخاطبان اعلام کرد. مخاطبان با گرفتن شماره تلفن مورد نظر وارد برنامه ای می شوند که از آنان سؤال خواهد شد و آنان می توانند با زدن کلیدهای تلفن خود (تلفن دیجیتال) به یکی از گزینه ها پاسخ گویند.

۱۰- صفحه خانگی پورتال (Home Page)

Home Page اولین صفحه اصلی و ویتترین سایت مخصوص شرکت است، که امروزه همه سازمان ها آن را برای برقراری ارتباط با مخاطبان ایجاد می کنند. این صفحه می تواند حاوی اطلاعاتی در مورد تاریخ تأسیس شرکت، تعداد کارکنان، عملکرد و وضعیت گذشته، حال و آینده شرکت باشد. این سایت عموماً حاوی تاریخچه و عملکرد و برنامه های آتی سازمان هاست و چنانچه بخشی از آن نیاز به نو شدن دارد، اطلاعات آن باید به روز شود. مخاطبان می توانند با مراجعه به این سایت با شرکت و خدمات آن آشنا شوند.

۱۱- تلفن گویا

تلفن گویا نیز یکی از رسانه‌های اطلاع‌رسانی است که به علت سهولت، استفاده از آن بسیار معمول شده است. در کشور ما در حال حاضر بسیاری از دارندگان حساب‌های بانکی ضمن تماس با تلفن گویای بانک موردنظر از وضعیت وجوه خود مطلع می‌شوند. این روش اطلاع‌رسانی برای اکثر مؤسساتی که به‌خصوص با خدمات همگانی و عمومی سروکار دارند، روش مناسبی است. تلفن گویا، برنامه‌ای است که از یک سیستم کامپیوتری و خط تلفن کمک می‌گیرد. برنامه این رسانه عموماً به شکل شاخه‌ای طراحی می‌شود و مخاطب را راهنمایی می‌کند. چنانچه موضوعی خاص را پیگیری می‌کند، کد آن موضوع را به تلفن خود وارد و سپس اطلاعات لازم را گوش کند. این برنامه در حال حاضر بسیار متداول شده است و سهم عمده‌ای از سؤالات مخاطبان را پاسخ می‌دهد.

۱۲- صندوق صوتی (پست صوتی)

تلفن پیام‌گیر یا صندوق صوتی، شماره تلفنی است که به کامپیوتر وصل است. هیچ اپراتوری برای جوابگویی به درخواست‌ها وجود ندارد. در این حالت یک پیغام ضبط شده برای تماس گیرندگان پخش می‌شود و پس از آن، پیام مشترکان در یک صندوق ناظر ضبط می‌شود (این عملکرد مانند عمل یک است). امکان Answering Machine سیستم داخلی صندوق پستی مانند یک مرکز تلفن داخلی است. بنابراین تعریف و تخصص کلاس‌های مختلف به خطوط را داراست که این اعمال از طریق تلفن‌های دیجیتالی امکان‌پذیرند. امکانات پیام‌ها را در رایانه ضبط و به‌طور مستقیم در اختیار پیام‌گیر قرار می‌دهد. برنامه نرم‌افزاری پیام‌گیر نیز عموماً به شکل شاخه‌ای طراحی می‌شود و پیام‌دهنده می‌تواند پیام موردنظر را در شاخه‌ای که دقیقاً مرتبط با مفهوم پیام است، قرار دهد. شنیدن پیام‌های ضبط شده از طریق تلفن شهری یا بلندگوی کامپیوتر امکان‌پذیر است.

۱۳- اورهد و اسلاید چند رسانه‌ای

پیش از این مدیران برای معرفی و تبلیغ محصولات خود در نمایشگاه‌ها و سمینارها از سیستم‌های دستی اورهد و اسلاید کمک می‌گرفتند. این سیستم عمدتاً براساس اورهد و دستگاه‌های پخش اسلاید شکل می‌گرفت و معمولاً لازم بود تا یک ارائه‌دهنده در حین نمایش اسلایدها درباره آنها صحبت کند. اما در سیستم‌های کنونی، این رایانه است که نحوه

نمایش را هدایت و کنترل می کند و نیازی به حضور ارایه دهنده نیست، چرا که برش های صوتی همراه اسلایدها اطلاعات توضیحی لازم را ضمن نمایش به صورت کاملاً زنده و مؤثر به مخاطبان منتقل می سازد. به کارگیری همزمان صوت، تصویر، انیمیشن، متن و نمودارهای آماری در یک سیستم ارایه الکترونیک اگر درست و سنجیده باشد، می تواند بیشترین تأثیر را در جلب توجه و رضایت مشتری داشته باشد. به این ترتیب می توان یک سیستم پخش اسلاید رایانه ای کاملاً محاوره ای داشت که در هنگام پخش اسلاید، موزیک پخش کند، برش های ویدیویی نشان دهد و تمام هوش و حواس مشتری را به خود جلب کند. استفاده سنجیده از انیمیشن در لابه لای صحنه ها می تواند نکات تئوریک و غیرقابل ارایه را با کمک گرافیک قوی رایانه ای به تصویر بکشد و این تصور را در بیننده القا کند که همه چیز را فهمیده و این توانایی را یافته است که با اعتماد به نفس کامل راجع به آن تصمیم بگیرد.

۱۴- مجله ویدیویی

مجله ویدیویی از فنون جدیدی است که اخیراً استفاده از آن در روابط عمومی ها مورد توجه قرار گرفته است. در این فن کاربردهای ویدیو از نمایش فیلم برای کارکنان، ضبط تصویری مراسم و برنامه ها، نمایش تصویری فعالیت ها، آموزش و پخش همزمان برنامه با استفاده از تلویزیون مدار بسته فراتر رفته است و استفاده جدیدی از آن صورت می گیرد. بر این اساس، اهم اخبار و فعالیت های تصویری مربوط به سازمان در طول یک زمان معین مثل هفته یا ماه به صورت برنامه تصویری کوتاه همراه با گفتار لازم تهیه می شود و در محیط پر رفت و آمد سازمان مثل سالن غذاخوری یا طبقه همکف (سالن انتظار) در معرض دید مراجعان یا کارکنان قرار می گیرد. برای این برنامه های ویدیویی می توان سناریوهای متفاوتی تعریف کرد و براساس آن برنامه های متنوع، کوتاه و مرتبط را تهیه و پخش کرد.

۱۵- سی.دی کاتالوگ

یکی از ابزارهای مجموعه چند رسانه ای است که در عصر رایانه کارآیی فراوان و مطلوبی دارد. سی.دی کاتالوگ در واقع مجموعه ای از اطلاعات است که به صورت نوشته، تصویر و فیلم طراحی شده است. همکاری یک گرافیکست، یک متخصص برنامه نویسی کامپیوتری و یک کارشناس علوم ارتباطات می تواند به تولید یک "سی دی کاتالوگ" بیانجامد. تدوین متن و نظارت کلی بر فرآیند اطلاع رسانی توسط کارشناس ارتباطات، بهره گیری از امور و فنون گرافیکی و طراحی توسط گرافیکست و تدوین برنامه ای که این اندیشه ها بر آن انطباق یابد، توسط برنامه نویس کامپیوتر، ابزاری می آفریند که دارای شرایط زیر است:

- قابلیت تنوع مطالب (فیلم، متن و تصویر)

- جذابیت ارسال پیام (رنگ، نور و حرکت)

- قابلیت و سهولت انتقال، حرکت و تکثیر پیام

شما می‌توانید برای معرفی شرکت یا سازمان خود از چنین رسانه‌ای بهره‌گیرید و می‌توانید این سی‌دی‌ها را به مشتریان، مخاطبان و میهمانان شرکت هدیه بدهید.

۱۶- سامانه اطلاع‌رسانی ایستا، وب کیوسک

سامانه اطلاع‌رسانی ایستا به منظور پاسخگویی مکانیزه به سؤالات حضوری مراجعان مختلف مؤسسات و سازمان‌ها و برای تسریع، افزایش دقت در پاسخگویی و صرفه‌جویی در وقت طراحی شده است. این سیستم با بهره‌گیری از حداقل یک دستگاه رایانه، جعبه چوبی، مانیتور حساس به انگشت و برنامه نرم‌افزاری مربوط قادر است سؤالات تکراری و اطلاعات موردنیاز مراجعه‌کنندگان را به سبک بسیار زیبا و مناسب و بدون وسایل الکترونیکی مانند صفحه کلید و ماوس یا هر وسیله دیگر و فقط با اشاره انگشت بر روی صفحه نمایش، پاسخ دهد. این سیستم همچنین می‌تواند با اتصال به یک بانک اطلاعاتی، پاسخ پرسش‌های مختلف کاربر را مطابق با مورد خاص درخواستی استخراج کند و در اختیار وی قرار دهد. در این حالت اطلاعات درخواستی کاربر از بانک اطلاعاتی استخراج و بر روی صفحه نمایش ارائه می‌شود. فرض کنیم شخصی می‌خواهد اطلاعاتی در زمینه حساب جاری خود دریافت کند، وی پس از حضور در مقابل سامانه مستقر در بانک، با فشردن انگشت خود بر روی صفحه نمایش و ارائه کد حساب و رمز عبور (تمامی این ورودی‌ها به وسیله انگشت خواهد بود)، اطلاعات مربوط به حساب جاری خود را برای ماه‌های مختلف یا موجودی و هر نوع گزارش دیگر را براساس آمار و ارقام موجود در بانک اطلاعاتی دریافت خواهد کرد. در این سیستم اطلاعات مختلف بانکی و طرح‌ها و ویژگی خدمات بانکی دیگر نیز قابل ارائه است. لازم به توضیح است که امکان گرفتن گزارش مکتوب نیز در این سیستم فراهم است.

۱۷- ماهواره

شاید با دیدن کلمه ماهواره، بپنداریم که این تکنولوژی مختص پخش تلویزیونی است، اما امروزه کاربردهای ماهواره از پخش برنامه‌های مستقیم فوتبال فراتر است. ماهواره‌ها انواع مختلف و کاربردهای گوناگون دارند. اطلاعات هواشناسی، برنامه‌ریزی شهری و شهرسازی، برنامه‌ریزی‌های کشاورزی، اطلاع‌رسانی و... عموماً از طریق ماهواره‌ها انجام می‌شود. امروزه ماهواره و اینترنت دو بال تکنولوژی اطلاع‌رسانی هستند که باید از هر کدام، درست و به‌جا استفاده شود.

شرکت‌های هواپیمایی، دریایی و حمل‌ونقل زمینی و بسیاری از شرکت‌ها و مؤسسات دیگر به اشکال مختلف از اطلاعات دریافتی ماهواره‌ها کمک و در برنامه‌ریزی‌های خود از آن بهره می‌گیرند. جدا از ماهواره‌های قرار گرفته در جو که مورد توجه و استفاده عمده سازمان‌هاست، بهره‌گیری از اطلاعات بخش تلویزیونی ماهواره‌ای در بخش‌های امور بین‌الملل سازمان‌ها، امری ضروری است که در بعضی روابط عمومی‌ها از آن استفاده می‌شود.

۱۸- اینترانت‌ها و اکسترانت‌ها

از میان گزینه‌های فزاینده رسانه‌های ارتباطی فضای دیگر سایبر، سه مورد اینترنت‌ها، اکسترانت‌ها و س‌دی‌رام‌ها سزاوار توجه ویژه‌ای هستند. اینترانت‌ها در میان شرکت‌های ایالات متحده، یکی دیگر از پدیده‌های به سرعت در حال گسترش است. اکثریت قاطع بنگاه‌های تجاری، اینترانت را توسعه بخشیده یا خواهند بخشید. اینترانت چیست؟ در یک تعریف کلی، یک اینترانت رسانه‌ای داخلی است که ارتباط با روند کار، مدیریت فرآیند، زیرساختار، تمامی جنبه‌های دیگر تکمیل یک وظیفه را منسجم و یکپارچه می‌کند. اینترانت، ارتباط‌گران، مدیریت و کارکنان را قادر می‌سازد تا اطلاعات را به سرعت به طور مؤثرتری، خیلی سریع‌تر و مؤثرتر از هر رسانه مشابه دیگر مبادله نمایند. به عبارت دیگر اینترانت برای سازمان‌های خاص به منزله اینترنت‌ها هستند که به منظور فراهم کردن اطلاعات اختصاصی ضروری و افزایش بهره‌وری طراحی شده است. سازمان‌ها با ایجاد ارتباط از طریق اینترانت‌های خود به دنبال ایجاد یک «فرهنگ مالکیت» هستند که از طریق آن تمامی اعضای سازمان دانش وسیع خود را درباره مؤسسه متبوع مبادله می‌کنند. از طریق یک اینترانت، هر کارمند می‌تواند درباره دارایی شرکت، روزآمد کردن برنامه‌های پروژه، مبادله پیام‌ها در حوزه خبری کامپیوتر، اطلاعات کسب نماید، به طور متناوب‌تری به مشاوره بپردازد و برای رفع آشفتگی ذهنی گروه‌های کاری جلسات گفت‌وگوی زنده ترتیب دهد. اکسترانت‌ها از سوی دیگر، استفاده از اینترنت را به منظور مبادله اطلاعات با گروه‌های مخاطب خارجی، از قبیل رسانه‌های گروهی، سرمایه‌گذاران، تولیدکنندگان چاپ‌گرای زن، CNN، دانشجویان سرگردان سال اول دانشکده و موارد دیگر ممکن می‌کند. با تقسیم اطلاعات به یک چنین وضعیت متمرکزی و حمایت از انتشار آن از طریق سلسله پیچیده‌ای از دیواره‌های آتش مخاطب موردنظر اطمینان حاصل می‌کند که این اطلاعات، تنها به او وفادار می‌ماند. تنها اشخاص حقیقی مورد تأکید می‌توانند با استفاده از یک ID ثبت شده کلمه رمز عبور به این اطلاعات دسترسی پیدا کنند، اطلاعاتی که به طور گسترده‌ای برای کاربران اکسترانت در نظر گرفته شده است.

سایبر ژور نالیسم

اینترنت یا شبکه شبکه ها در بستر جنگ سرد متولد شد زمانی که اسپوتنیک نخستین ماهواره شوروی در سال ۱۹۵۷ به فضا پرتاب شد رقابت سختی بین آمریکا و شوروی وجود داشت. وزارت دفاع آمریکا در واکنش به این اقدام آژانس پروژه های پیشرفته پژوهشی یا آرپانت را در سال ۱۹۶۹ تاسیس کرد و بنابراین آرپانت را میتوان محصول جنگ سرد و پدر اینترنت دانست که از ابتدا قرار بود حافظ اطلاعات محرمانه نظامی آمریکا در برابر حمله احتمالی هسته ای شوروی باشد اما به تدریج در دهه ۱۹۸۰ به مفهوم امروزین آن فراگیر شد. در ماه مارس ۱۹۸۹ تیم برنزیلی خالق محیط وب شد. مردم اکنون با داشتن یک کامپیوتر میتوانند وارد سپهر جهانی اطلاعات شوند.

شیکاگو تریبیون نخستین نسخه روزنامه الکترونیک

محیط وب توانست جایگاهی تازه براین نوع جدید از روزنامه نگاری ایجاد کند که در ماه مه سال ۱۹۹۲ روزنامه شیکاگو تریبیون آمریکا نخستین روزنامه الکترونیک را با نام شیکاگو آنلاین بر روی وب فرستاد.

رابطه روزنامه نگاری سایبر و جامعه اطلاعاتی

با هر دیدگاهی که به جامعه اطلاعاتی و تحولات آن نگریسته شود یک نکته غیر قابل انکار به چشم میخورد و آن بروز تحول در نقش کارکردها و توقعات مرتبط با روزنامه نگاری در حوزه های جامعه مدنی و جامعه اطلاعاتی است و به همین لحاظ ضرورت شناخت بیشتر روزنامه نگاری سایبر و روابط آن با جامعه اطلاعاتی جامعه مدنی و روابط متقابل این دو در پیوند با روزنامه نگاری سایبر آشکارتر میشود.

دور اندیشی ارتباطی

یونسکو در اثری با عنوان حافظه جامعه اطلاعاتی کاربردهای تثبیت شده اینترنت را در پنج عرصه طبقه بندی

میکند:

۱ - به عنوان ابزار ارتباطات و دیالوگ که اجازه تبادل پیام مستقیم و همزمان را به شرکت کنندگان مختلف میدهد

و باعث تعامل تقریباً همزمان شده است.

۲- به عنوان ابزاری برای یافتن اطلاعات در غول آساترین منبع اطلاعاتی که با اطلاعات دوسویه دینامیک پایگا ههای داده رسانی و کمک موتورهای جستجو تحقق یافته است .

۳- به عنوان حامل نوین نشر الکترونیک و مکمل و در برخی از موارد جایگزین شیوه سنتی توزیع محتوا

۴- به عنوان ابزار تجاری توزیعی و بین رسانه ای که امکان تعامل میان محصول و خدمت و خریداران و مصرف کنندگان بالقوه را فراهم کرده است .

۵- به عنوان ابزار همگرایی و تلفیق متون ،تصاویر ثابت و متحرک ،صدا و تولیدات - شنیداری در جهت ایجاد وجود تازه ای از بیان و تجسم بخشی به افکار و به خلاقیت‌های انسان .

اطلاعات قدرت است بنابراین اینترنت باید به عنوان آسانترین وسیله توانمند ساختن کشورها برای عبور از راه توسعه و پیشرفت به کار برده شود .

ماهیت و گونه های روزنامه نگاری سایبر

آنلاین ژورنالیسم نوع چهارم روزنامه نگاری است و دست کم از جنبه های ابزاری و کارکردی بخاطر نوع تکنولوژیهای مورد استفاده اش با سه نوع دیگر روزنامه نگاری (رادیویی ،تلویزیونی و نوشتاری) متفاوت است

روزنامه نگار آنلاین در مرحله اول کارش در موقعیت چند رسانه گی قرار میگیرد و باید تصمیم بگیرد که کدام فرمت و رسانه مناسب کار او است . در مرحله دوم باید به این نکته فکر کند که چگونه امکان شخصی سازی دارد و پاسخ دادن به یکایک مخاطبان را به گونه ای اختصاصی فراهم سازد. مرحله سوم این است که چگونه مطالب خود را به سایر مطالب ،آرشیو یا منابع دیگر متصل سازد .

انواع روزنامه نگاری سایبر

روزنامه نگاری آنلاین به انواع زیر میتوان تقسیم کرد :

- سایتهای جریان اصلی خبری

- سایتهای نمایه ای و مقوله ای

- سایتهای متا و تفسیری

- سایتهای مشارکتی و مباحثه

انواع روزنامه نگاری مدرن

۱- روزنامه نگاری مبتنی برحاشیه نگاری

متمرکز بر روزنامه نگاری با مشارکت مخاطبان است برای اولین بار در فوریه ۱۹۹۵ پرفسور پاول به کار برد. این نوع از روزنامه نگاری مبتنی بر هایپرلینک است، مخاطب در آن نه منفعل، بلکه فعال است و به نیروهای متفاوت و اتاق خبرهای با ابزارهای تعاملی نیاز دارد. در این نوع از روزنامه نگاری امکان افزودن نظرات مخاطبان به متن اصلی تولید شده توسط روزنامه نگار وجود دارد.

۲- روزنامه نگاری مبتنی بر منبع نامحدود

اولین بار در اکتبر ۱۹۹۹ یک نشریه آمریکایی باب کرد متمرکز بر مشارکت مخاطبان است. هیچ مقاله ای را پیش از آنکه مخاطبان درباره اش نظرات خود را اعمال نکرده باشند منتشر نمیکنند. آنچه در این نوع روزنامه نگاری در عمل رخ میدهد این است که مخاطبان میتوانند قبل از انتشار مطالب به بررسی مطالب و تصحیح مطالب بپردازند و نظرات خود را در آن اعمال کنند.

۳- روزنامه نگاری فرا سازگاران

محصول همگرایی رسانه ای است از متون تصاویر ثابت و متحرک، صدا و تولیدات دیداری - شنیداری در مسیر ایجاد جنبه های جدیدی از بیان و تجسم بخشیدن به افکار، ایده ها و تجسم بخشیدن به خلاقیت های انسان بکار برده میشود.

همگرایی رسانه ای

همگرایی رسانه ای باعث شده تا اطلاعات با فرمت های مختلف نه تنها با یکدیگر قابل انطباق باشند بلکه بتوانند وارد حریم ابزارهای دیگری چون موبایل، ویدئو و تلویزیون شوند و در سطوح مختلف چون بخش خصوصی و عمومی فرهنگ های برتر و نازلتر، مدرنیسم و پست مدرنیسم در جریان باشد. در عرصه رسانه ای پنج فرایند به چشم میخورد: تکنولوژی (دیجیتال شدن)، اقتصاد (همگرایی افقی صنایع) اجتماع (چند وظیفه ای شدن) فرهنگ (تولید مطلب توسط مخاطبان) و جهان (دهکده جهانی مک لوهان)

وبلاگ و نقش آن در عصر ارتباطات و اطلاعات

اینترنت امکانات و ابزارهای متعددی را به منظور ارائه خدمات و سرویس ها در اختیار علاقه مندان قرار می دهد . یکی از ویژگی های بسیار جذاب اینترنت ارائه سرویس ها و خدماتی است که شما را قادر می سازد با مخاطبان خود ارتباطی پویا و متقابل برقرار نموده و از نقطه نظرات آنان در رابطه با یک مطلب ، آگاه شوید .

در این راستا هر یک از کاربران می توانند دانش و تجارب خود را در اختیار دیگران قرار داده و خود نیز به عنوان عضوی از یک جامعه شبکه ای مطرح گردند (اشتراک دانش) . فرض کنید ابزاری ارزان قیمت برای انتشار مطلب در اختیار هر نویسنده و یا صاحب قلمی باشد که بتواند با استفاده از آن عقاید، اخبار ، دیدگاهها و نقطه نظرات خود را در رابطه با موضوعات مورد علاقه ، بدون محدودیت های مرسوم بیان نماید. آیا شما علاقه مند به استفاده از چنین ابزاری می باشید ؟ آیا تمایل به داشتن یک روزنامه شخصی دارید که در آن بتوانید مطالب خود را در ارتباط با موضوعات مورد علاقه ، بیان نمائید؟ بشریت در طی چند سال گذشته قدم در دنیای جدیدی گذاشته است که بدون شک یکی از مهمترین دستاوردهای آن تحول و دگرگونی اساسی در ارتباط با نحوه نشر اطلاعات است. وبلاگ (Weblog) و یا بلاگ (Blog) نمونه ای در این زمینه بوده که با توجه به ماهیت اینترنت ، ویژگی دو طرفه بودن وب و تنوع خواسته استفاده کنندگان، در کانون توجه علاقه مندان قرار گرفته و ما امروزه شاهد رشد و گسترش چشمگیر آن می باشیم . واژه " بلاگ " ، از جمله واژه های جدیدی است که قدم در عرصه ادبیات جهانی اینترنت گذاشته است . در این مقاله قصد داریم به بررسی این پدیده جدید! اینترنت پرداخته و با ابعاد متفاوت آن بیشتر آشنا شویم .

تفاوت سایت و وبلاگ

- ۱) وبلاگ شخصی است یعنی توسط یک فرد نوشته می شود نه توسط یک سازمان به همین دلیل مطالب آن معمولاً دارای نظم و پیراستگی نیست و به همین دلیل معمولاً خودمانی و غیر رسمی و جالب است.
- ۲) وبلاگ روی شبکه اینترنت قرار دارد یعنی جایی چاپ نمی شود و می توان آن را با هزینه ای بسیار کم مرتب و روز آمد کرد و معمولاً متصل به یک سرور است.
- ۳) در وبلاگ سازمان بندی، هیئت تحریریه و الزاماتی که مربوط به کار جمعی است وجود ندارد.
- ۴) در وبلاگ بطور اتوماتیک نوشته های گذشته در قالب مشخصی ذخیره می شود (به نام پست های قبلی یا آرشیو قبلی) که این مسئله امکان دسترسی به مطالب را راحت تر می کند.

فناوری اطلاعات

فناوری اطلاعات، ترجمه عبارت INFORMATION TECHNOLOGY است. ترجمه عبارت سازمان ها، ادارات، پایگاه ها و مراکز گوناگونی که IT راه گشای بسیاری از مشکلات آن ها بوده است، تعاریف گوناگونی از آن ارائه داده اند. در زیر به برخی از این تعاریف می پردازیم: « اصطلاح فناوری اطلاعات برای توصیف فناوری هایی به کار می رود که ما را در ضبط، ذخیره سازی، پردازش، بازیابی، انتقال و دریافت اطلاعات یاری می کند. این اصطلاح فناوری، انتقال از طریق دورنگار، ارتباط از راه دور، تلفن، ماشین های حساب، چاپ و حکاکی را نیز در بر می گیرد.» (بهان و هولمز، ۱۳۷۷)

دبیرخانه شورای عالی انفورماتیک ایران در سال ۱۳۷۸ تعریف زیر را برای فناوری اطلاعات ارائه داده است:

«فناوری اطلاعات به مجموعه به هم پیوسته از روش ها، سخت افزارها، نرم افزارها و تجهیزات ارتباطی که اطلاعاتی را در اشکال گوناگون (صدا، تصویر و متن) جمع آوری، ذخیره سازی، بازیابی، پردازش، منتقل یا عرضه می کنند، اتلاق می شود. « (محمدی، ۸۲-۸۱)

« فناوری اطلاعات همانند محور و مرکز مجموعه ای از فعالیت های هدایت شده است که کنترل، مدیریت، بهره وری، تولید، آموزش و ارتقای یک سیستم را با یک مرکز به عهده دارد. « (همان منبع)

« از آن جا که فناوری اطلاعات، هم علم، هم سواد و هم نوعی مهارت است، روی هم رفته برای ارتقای سیستم های آموزشی، فرایند رشد تلقی می شود. « فناوری اطلاعات عبارت است از گرد آوری، سازمان دهی، ذخیره سازی، نشر اطلاعات در قالب صوت، تصویر، متن یا عدد که با استفاده از ابزار رایانه ای و مخابراتی صورت پذیرد.» (فهیمی، ۱۳۸۰)

فناوری اطلاعات به دلیل تحول پذیری و قدرت تاثیر فراوانی که در رشد اقتصادی، امنیت ملی، جهانی شدن و تعدیل مشکلات اطلاع رسانی سنتی دارد، یکی از پویاترین و بحث انگیزترین رشته های علم و فناوری محسوب می شود. « محمدی، ۸۲-۸۱

امروزه فناوری اطلاعات و وسایل نوین ارتباط (رایانه، اینترنت، ویدئو، سی دی های صوتی و تصویری و ...) در اقصی نقاط دنیا به عمق خانواده راه یافته و ورود آن ها، بسته به میزان آگاهی والدین، مربیان و دیگر اعضای خانواده از این پدیده ها، موجبات تحکیم یا انحطاط کانون خانواده را فراهم ساخته است. آشنایی خانواده ها با وسایل جدید ارتباطی مثل اینترنت، ابعاد مثبت و منفی آن و راه کارهای نظام بخشی استفاده از آن ها توسط فرزندان، می تواند به آن ها در انجام بهتروظایفشان، کمک و یاری نماید.

تاریخچه اینترنت در ایران

سال ۱۳۷۱: تعداد کمی از دانشگاه‌های ایران، از جمله دانشگاه صنعتی شریف و دانشگاه گیلان، توسط مرکز تحقیقات فیزیک نظری و از طریق پروتکل UUCP به اینترنت وصل می‌شوند تا با دنیای خارج ایمیل رد و بدل کنند.

سال ۱۳۷۲: در سال ۱۳۷۲ هجری شمسی ایران نیز به شبکه اینترنت پیوست. نخستین رایانه ای که در ایران به اینترنت متصل شد مرکز تحقیقات فیزیک نظری در ایران بود. در حال حاضر نیز این مرکز یکی از مرکزهای خدمات اینترنت در ایران است. مرکز تحقیقات فیزیک نظری و ریاضیات، بعنوان تنها نهاد ثبت اسامی قلمرو [i۲.] در ایران به رسمیت شناخته می‌شود. این قلمرو مشخصه تعیین شده برای هویت ایران در فضای اینترنت است.

سال ۱۳۷۳: مؤسسه ندا رایانه تأسیس می‌شود. پس از راه‌اندازی اولین بولتن‌برد (BBS)، در عرض یک سال نیز اولین وب سایت ایرانی داخل ایران را راه‌اندازی می‌کند. همچنین، این مؤسسه روزنامه «همشهری» را به زبان فارسی در اینترنت منتشر می‌کند، که این اولین روزنامه رسمی ایرانی در وب محسوب می‌شود. در همین سال بدنبال اتصال به اینترنت از طریق ماهواره کانادائی «کد ویژن (Cadvision)»، مؤسسه ندا رایانه فعالیت بازرگانی خود را بعنوان اولین شرکت خدمات سرویس اینترنتی (ISP) آغاز می‌کند.

سال ۱۳۷۴: مجلس ایران تأسیس شرکت «امور ارتباطات دیتا» تحت نظر شرکت مخابرات ایران را تصویب می‌کند و مسئولیت توسعه خدمات دیتا در سطح کشور را بطور انحصاری در اختیار آن شرکت قرار می‌دهد.

سال ۱۳۷۷: پروژه یونیکد در ایران با قرارداد شورای عالی انفورماتیک و همکاری بنیاد دانش و هنر واقع در انگلستان و با نظارت و مدیریت فنی دانشگاه صنعتی شریف تحت عنوان «فارسی وب» آغاز می‌شود. هدف پروژه اینست که با گنجاندن کامل و جامع الفبای فارسی در استاندارد یونیکد، نشر فارسی در کامپیوتر، مخصوصا اینترنت و وب، استاندارد شود و اصولا مشکل قلم (فونت) های غیر استاندارد موجود در نرم افزارهای ایرانی حل شود.

سال	وقایع مهم
۳۶۸	مرکز تحقیقات فیزیک نظری و ریاضیات (IPM) به منظور ایجاد و اداره پروژه‌های تحقیقاتی و اشاعه تماس علمی بین دانشگاه‌های ایران و موسسات بین المللی آغاز بکار کرد.
۳۷۱	تعداد کمی از دانشگاه‌های ایران، از جمله دانشگاه صنعتی شریف و دانشگاه گیلان، توسط مرکز تحقیقات فیزیک نظری و از طریق پروتکل UUCP به اینترنت وصل می‌شوند تا با دنیای خارج ایمیل رد و بدل کنند.
۳۷۲	مرکز تحقیقات فیزیک نظری و ریاضیات، بعنوان تنها نهاد ثبت اسامی قلمرو [i۲] در ایران به رسمیت شناخته می‌شود. این قلمرو مشخصه تعیین شده برای هویت ایران در فضای اینترنت است.
۳۷۳	مؤسسه ندا رایانه تأسیس می‌شود. پس از راه‌اندازی اولین بولتن بورد (BBS)، در عرض یک سال نیز اولین وب سایت ایرانی داخل ایران را راه‌اندازی می‌کند. همچنین، این مؤسسه روزنامه «همشهری» را به زبان فارسی در اینترنت منتشر می‌کند، که این اولین روزنامه رسمی ایرانی در وب محسوب می‌شود. در همین سال بدنبال اتصال به اینترنت از طریق ماهواره کانادائی «کد ویژن» (Cadvision)، مؤسسه ندا رایانه فعالیت بازرگانی خود را بعنوان اولین شرکت خدمات سرویس اینترنتی (ISP) آغاز می‌کند.
۳۷۴	مجلس ایران تأسیس شرکت «امور ارتباطات دیتا» تحت نظر شرکت مخابرات ایران را تصویب می‌کند و مسئولیت توسعه خدمات دیتا در سطح کشور را بطور انحصاری در اختیار آن شرکت قرار می‌دهد.
۳۷۶	خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (IRNA) وب سایت خود را از طریق شرکت مخابرات انگلستان انتشار می‌دهد. بعداً آنرا به آمریکا منتقل می‌کند تا بوسیله وب سرور شرکت GPG منتشر شود.
۳۷۷	پروژه یونیکد در ایران با قرارداد شورای عالی انفورماتیک و همکاری بنیاد دانش و هنر واقع در انگلستان و با نظارت و مدیریت فنی دانشگاه صنعتی شریف تحت عنوان «فارسی وب» آغاز می‌شود. هدف پروژه اینست که با گنجاندن کامل و جامع الفبای فارسی در استاندارد یونیکد، نشر فارسی در کامپیوتر، مخصوصاً اینترنت و وب، استاندارد شود و اصولاً مشکل قلم (فونت) های غیر استاندارد موجود در نرم افزارهای ایرانی حل شود.
۳۷۹	شرکت IranGate.net در شهر اصفهان تأسیس می‌شود تا بعنوان یک ISP خدمات اینترنتی را بطور اختصاصی به شهرهای پر جمعیت غیر از تهران ارائه دهد. در پایان همین سال ایران بطور رسمی عضو کنسرسیوم یونیکد می‌شود.
۳۸۰	برای اولین بار پدیده وبلاگ نویسی در ایران آغاز می‌شود. درست یک سال بعد، بنا بر آمار غیر رسمی تعداد وبلاگ نویسان از مرز ۱۵۰۰۰ نفر می‌گذرد.
۳۸۱	اولین سرویس وبلاگ نویسی ویژه فارسی زبانان در وب سایت Persianblog.com در ایران آغاز بکار می‌کند. هدف تیم ارائه دهنده این سرویس مجانی ایجاد محیطی کاملاً فارسی از جمله متن نویسی سازگار با زبان فارسی، تقویم شمسی و سیستم نظرخواهی فارسی، و متمرکز نمودن وبلاگ نویسان فارسی زبان در یک سایت و در نتیجه افزایش بینندگان این وبلاگها است. در عرض هفت ماه نزدیک به ۲۱۰۰۰ ایرانی برای استفاده از این سرویس ثبت نام می‌کنند.

ویژگیهای اینترنت

- ۱- امروزه هدایت و کنترل اینترنت در دست کارتل های خصوصی است.
- ۲- اینترنت، تمام شاخصه های یک رسانه را دارد. اینترنت رسانه ای است که به طور هم زمان به شما اطلاعات می دهد و از شما اطلاعات می گیرد. (ارتباط یک , دو یا چند نفری با هم)
- ۳- سومین ویژگی این رسانه آن است که تمام کارکردهای رسانه را دارد، یعنی هم نوشتاری (مثل کتاب و روزنامه)، هم شنیداری (مثل رادیو) و هم دیداری (مثل تلویزیون) است.
- ۴- دولت ها بر آن کنترلی ندارند. « (بلخاری، ۱۳۸۱)
- ۵- ترکیب و ساختار اینترنت به طور پیوسته، و به گونه ای پویا در حال تغییر است. برنامه های جدید شبکه روی خط قرار می گیرند و مراکز موجود، بازسازی یا از شبکه خارج می شوند.
- ۶- محتوای پویای شبکه بر اساس داده های استفاده کننده به وجود می آید.
- ۷- امکان باز خورد و بحث را میان افرادی که با فرهنگ های متفاوت و دور از هم زندگی می کنند، به وجود می آورد.
- ۸- امروزه ، اینترنت به سریع ترین ، گسترده ترین، کاراترین و مناسب ترین وسیله اطلاع رسانی تبدیل شده است. « (زارعی زاروکی ، ۱۳۷۹)

ابعاد مثبت

- ۱- اطلاع رسانی به سریع ترین ، گسترده ترین و کاراترین شکل.
- ۲- افزایش کیفیت و کمیت تحقیقات در نشریات بین المللی .
- ۳- نزدیک کردن مردم به هم.
- ۴- برقراری ارتباط صوتی و تصویری با اقتصادی ترین روش با دوستان یا همکاران.
- ۵- صرفه جویی در وقت و هزینه ، از طریق تجارت اینترنتی.
- ۶- امکان دسترسی به عمیق ترین و جدیدترین مباحث علمی روز و دانشگاه های جهان .

ابعاد منفی

- ۱- ایجاد اختلال در نحوه ارتباطات و رفتار و زندگی اجتماعی, در صورت حاکمیت اینترنت بر زندگی ما, که تداوم آن باعث تعطیل حس عاطفی ما می شود.
- ۲- استفاده تفریحی و غیر علمی از آن .
- ۳- امکان دسترسی به قبیح ترین و کثیف ترین برنامه ها.
- ۴- اینترنت از مضرات استفاده اش برای استفاده کننده ها, چیزی نمی گوید.
- ۵- از بین رفتن دنیای کودکی کودکان بر اثر استفاده بیش از حد از رایانه و اینترنت و سایر رسانه های تصویری و فردگرایی . (طباطبایی , ۱۳۸۱)
- ۶- بسیاری از بدخلفی ها, کم حوصلگی ها, عصبانیت ها, لجبازی ها, پرخاشگری ها و بی اشتهایی کلامی و تحصیلی فرزندان می تواند در نتیجه قرار گرفتن بیش از حد ایشان در معرض امواج دستگاه های تصویری, به خصوص کار با کامپیوتر, هنگام اتصال به اینترنت , بروز کند.
- ۷- تعداد قابل توجهی از سایت ها یا فرستنده های کامپیوتری در شبکه اینترنت , به طور جدی شرایط روانی و نفسانی نوجوانان و جوانان و بزرگسالان را متاثر کرده, زمینه برخی از گرایش ها, تمایلات و رفتارهای نامطلوب از جمله خود ارضایی, ارتباطات غیراخلاقی, اشتیاق به برقراری روابط ناپخته, ناسنجیده و نامشروع جنسی را هموار نموده, به آن سرعت می بخشد.
- ۸- تماشای برنامه های تحریک کننده کنش های نفسانی و تمایلات جنسی از شبکه ها و سایت های اینترنتی , به تدریج باعث اعتیاد روانی تماشا گران شده, زندگی فعال و پویای آن ها را فلج می کند. « (افروز, ۱۳۷۹)

آشنایی با صفحات وب

وب مانند بقیه خدمات اینترنت مبتنی بر خدماتی است که از طریق آن می توان به گستره وسیعی از منابع اینترنت دسترسی پیدا کرد. برخلاف پیچیدگی اینترنت، ماهیت خود وب نسبتاً ساده است. از طرف دیگر وب جهانی بزرگترین و متنوعترین مجموعه اطلاعاتی است که تا به حال گردآوری شده است و تلاشی است برای مرتبط ساختن انبای بشر با روش قدرتمند. این شبکه با امکانات گسترده خود یکی از پیشرفتهترین ابزار و خدمات اطلاع رسانی کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی است. هدف اصلی از ایجاد آن اشتراک مسائل تحقیقاتی و همکاری میان دانشمندان در نقاط مختلف و همچنین محور قرار دادن خواننده به جای نویسنده و گذار از متن به فرامتن (Hypertext) است. رشد و گسترش کاربرد وب نسبت به دیگر ابزارها و خدمات اینترنت به دلیل دو خاصیت عمده آن یعنی قابل استفاده بودن در محیط چندرسانه ای و قابلیت فرامتنی است. این مقاله بر آن است که ضمن تعریف و ارائه تاریخچه شبکه جهانی وب به مباحث مختلفی از قبیل خدمات وب، جذابیت وب، زبان وب جهانی، مرورگر وب، عواملی که باعث شهرت این شبکه شده است بپردازد و در پایان نیز نحوه کار وب را ارائه می دهد.

وب جهانی: وب جهانی یا جهان تارگستر هم اکنون پس از پست الکترونیکی پرطرفدارترین سرویس شبکه اینترنت است که به دلیل دو خاصیت عمده آن یعنی قابلیت فرامتنی ۲ و همچنین چندرسانه ای ۳ بودن محیط وب استفاده از آن به سرعت رو به رشد است. وب مانند بقیه خدمات اینترنت مبتنی بر نظام خدمت گیرنده و خدمت دهنده عظیمی است که از طریق آن می توان به گستره وسیعی از منابع اینترنت دسترسی پیدا کرد. وب که با اتصال به اینترنت برای هر کاربری قابل دسترسی است حاوی مقادیر تقریباً نامحدودی متن، صدا، ویدئو و داده های دیگری است که در میلیونها کامپیوتر (یا خدمت رسان ۴) در کل دنیا قرار دارد. فرآیندها ۵ که در صفحات وب به صورت متن زیر خطدار با تصویر دیده می شوند مثل یک چسب صفحات وب را به هم می چسبانند. این فرآیندها به شما امکان می دهند که به فوریت به سند و موضوع وب مرتبط دسترسی پیدا کنید. این سند در پنجره ای از برنامه مرورگر (خدمات گیرنده ۶) ظاهر می شود. پیش از اختراع وب، کاربران کامپیوتر مجبور بودند که نشانی فایل واقع در یک خدمات دهنده مشخص را تایپ کنند یا از فهرستهای طولانی

منوها برای یافتن اطلاعات بهره بگیرند. زمانی که به اینترنت متصل می‌شوید و از برنامه مرورگر وب استفاده می‌کنید، می‌توانید اطلاعاتی را که به آن دستیابی دارید بدون توجه به اینکه در رایانه محلی ذخیره شده یا در سوی دیگر جهان باشد بخوانید یا مشاهده کنید یا بشنوید. داستانی که در رایانه‌ای در سنگاپور ذخیره شده است ممکن است با اطلاعات بورس نیویورک، تصویری که در فرانکفورت ذخیره شده است و فایل صوتی که در توکیو ذخیره شده است ارتباط برقرار کند. مجموعه خدماتگرهای وب، اینترنت و مرورگر وب این اطلاعات را گردآوری و به صورت یک مجموعه متحد ارائه می‌کند. در واقع وب یک برنامه خدمت گیرنده و خدمت دهنده است که از بسیاری جهات شبیه گوگر عمل می‌کند. وب مانند گوگر امکان دستیابی به اطلاعات را بدون دانستن محل نگهداری آنها در اینترنت فراهم می‌سازد و تنها برنامه‌ای در اینترنت است که به صورت فرامتن عمل می‌کند. برخی از منابع فرامتنی که در اینترنت وجود دارند فقط فایل‌های متنی ساده هستند. همچنین در وب ممکن است با فرامتن‌هایی مواجه شوید که شاهکارهای گرافیکی باشند و اینها هستند که باعث شهرت وب به عنوان یک رابط گرافیکی بسیار مطلوب شده‌اند. اگر رایانه شما به قابلیت‌های تصویری و صوتی مجهز باشد، می‌توانید تمام تصاویر و اصوات مرتبط به منابع وب را دریافت کنید و مورد استفاده قرار دهید. چنانچه این قابلیت‌ها در نظام تعبیه نشده باشد، وب منابع را فقط به شکل ساده ارائه می‌دهد. ساخت فرامتن به عملیات بسیار زیادی نیاز دارد. هر کلمه متن ممکن است با منابع اطلاعاتی دیگر ارتباط و پیوند داشته باشد. این کار با استفاده از یک ویرایشگر فوق متن صورت می‌گیرد و متن را به زبانی ترجمه می‌کند که برقراری ارتباط با اسناد دیگر میسر باشد. عملاً وب اولین کوشش برای متصل ساختن بشر از طریق اینترنت نیست. وب چهارمین کوشش از چنین کوشش‌هاست. سه مورد دیگر فهرست‌های پستی، یوزنت، و گوگر هستند.

تاریخچه شبکه جهانی وب: در اوایل دهه ۱۹۸۰ در موسسه سرن (مرکز تحقیقات هسته‌ای اروپا)،

دانشمندی به نام تیم برنرزی گسترش اتصال درونی رایانه‌های دنیا را مطرح کرد و پیش‌بینی کرد که در آینده بتوان به تمام اطلاعات و فایل‌های مرتب مربوط به فیزیک دسترسی یافت. در ۱۹۸۸ اولین برنامه کاربردی فرامتن منتشر شد و در مارس ۱۹۸۹ برنرزی به همراه روبرت کایلیائو برای شروع کار پروژه‌ای را ایجاد کرد که از طریق شبکه رایانه‌ای دستیابی به فرامتن را فراهم می‌کرد. پروژه‌ای به نام «تار عنکبوتی وب» که شامل شبکه‌ای از پیوندها بود. در واقع هدف اصلی آن، اشتراک مسائل تحقیقاتی و همکاری میان فیزیکدانان در نقاط مختلف بود. شبکه وب در ماه مه ۱۹۹۱ پس از تحقیقات گسترده با نام وب در سرن منتشر شد و در سال

۱۹۹۳ به عموم معرفی گردید. شبکه جهانی وب یکی از جدیدترین خدمات اطلاع رسانی در اینترنت است که نسبت به دیگر ابزارها و خدمات اینترنت به سرعت در حال رشد و گسترش است و بسیاری از صاحب نظران عقیده دارند که ظهور شبکه جهانی وب با قابلیت ارائه تصاویر گرافیکی رنگی، فیلم، صوت و متن همراه با پیوندهای فرامتنی مهمترین دلیل رشد روزافزون استفاده از اینترنت است، به طوری که مشتاقان به کارگیری وب به سرعت در حال افزایش اند. طبق گزارش های آماری در ژوئن سال ۱۹۹۳ تنها ۱۳۰ سایت وب بر روی اینترنت قابل دسترسی بود در حالی که این میزان تا ماه ژوئن سال ۱۹۹۵ به بیش از ۲۳ هزار سایت وب رسید. همچنین طبق برآورد شرکت دیناکوئست تا پایان سال ۱۹۹۷ بیش از ۸۰ میلیون رایانه به اینترنت متصل شد که رشدی معادل ۷۱ درصد را نسبت به سال ۱۹۹۶ نشان می دهد. CERN در سال ۱۹۹۳ وب را برای استفاده به طور رایگان آزاد اعلام کرد. وب جذب کاربران در خارج از دنیای آموزشی را نیز آغاز کرده است. سازمان سرن، وب را در اختیار علاقه مندان به آن قرار داده است.

جذابیت وب: وب یک برنامه در حال تغییر و تکامل است و از نقش اولیه خود در ارتباطات دانشگاهی پا فراتر نهاده و برای نشر انواع اطلاعات به شکل جالب توجه برای مخاطبان اینترنت، در نظر گرفته شده است. برای کاربران جدید اینترنت، وب یک رابط چندمنظوره برنامه های کاربردی شبکه است که مرز میان آنها را پنهان ساخته است. رشد و گسترش کاربرد وب به دلیل قابل استفاده بودن در محیط چند رسانه ای همچنان ادامه دارد.

خدمات وب: «خدمات وب» از نظر افراد مختلف معانی متفاوتی دارد. از نظر بعضی، این فناوری مهمترین دستاورد از زمان اختراع وب است و به عقیده برخی دیگر، تنها یک پیشرفت کوچک در یکپارچه سازی برنامه های شرکتی است. به هر حال آنچه مسلم است تاکنون هیچ یک از فناوری ها قبل از رواج کاربردشان، مانند خدمات وب جار و جنجال به راه نینداخته اند. ظاهرا این خدمات هم اکنون با عبور از مراحل تبلیغات گسترده و نیز رهایی از ابهام، به سومین مرحله از چرخه چهار مرحله ای زندگی خود رسیده و به واقعیت نزدیکتر شده اند. خدمات وب، دیر یا زود برای حل مشکلات شرکتهای بزرگ، شرکتهای کوچک و کاربران نهایی، بهترین راه حل ها را ارائه خواهند داد، اگرچه هزینه این خدمات به احتمال زیاد بسیار زیاد خواهد بود. چه بسا این

فناوری باعث دگرگونی ماهیت پردازش هم شود. در هر حال، بررسی دقیقتر این پدیده به شناخت و درک بهتر از این فناوری کمک می کند.

فرآیند تولید و استفاده از خدمات وب: یکی از عناصر مهم دیگر در خدمات یا سرویس های وب،

فرآیند تولید و استفاده از آن است. ارائه کنندگان خدمات وب درباره محتوای این خدمات، یعنی داده ها و برنامه نویسی و یا هر دو تصمیم می گیرند. خدمات وب ممکن است شامل داده ها یا برنامه مربوط به پیش بینی وضعیت هوای یک شهر باشد. به ویژه، اگر برای ارائه این سرویس وب برنامه نویسی هم انجام شده باشد، آنگاه ارائه کننده خدمات درباره عملکرد یا وظایف خدمات تصمیم می گیرد. به علاوه این خدمات ممکن است حاوی یک فرآیند محاسبه یا انجام مبادلات باشد. تأمین کنندگان خدمات همچنین می توانند درباره شرایط دسترسی مصرف کنندگان به این خدمات و حق اشتراک و تأیید هویت آنها نیز تصمیم بگیرند. به طور کلی، تأمین کنندگان خدمات وب یک بسته نرم افزاری تولید می کنند که حاوی خدمات مفیدی است. مصرف کنندگان می توانند با مراجعه به یک فهرست، حاوی تعداد بسیار زیادی از خدمات، موضوع مورد نیاز خود را جستجو کنند. محتوای خدمات وب ممکن است بسیار کوچک (در حد یک بیت) یا بسیار بزرگ (در حد یک برنامه کامل) باشد. اما به دلیل اهمیت عملکرد آن با حجم بیشتر خدمات وب متوسط است و دریافت آن از شبکه مستلزم صرف زمان زیادی نیست. بنابراین محتوا و کاربردهای خدمات وب، محلی که در دسترس قرار می گیرند و نحوه استفاده کاربران از آنها بسیار متنوع است. به عبارت دیگر توان بالقوه زیادی در این بازار وجود دارد.

کتاب الکترونیکی چیست؟

کتاب الکترونیکی را به طور ساده می توان این گونه تعریف کرد: "دخیره اطلاعات یک کتاب در قالب دیجیتال به صورتی که بتوان آن را بر روی صفحه کامپیوتر مشاهده کرد." کتابهای الکترونیکی را می توان روی محملهای دیجیتالی نظیر "دیسک فشرده"، "دیسک فشرده دیجیتالی"، شبکه جهانی وب، و جز آن منتشر کرد. برای مثال، بسیاری از منابع مرجع نظیر دایرةالمعارف بریتانیکا، دایرةالمعارف آمریکانا، فرهنگ وبستر، فرهنگ آکسفور و از این قبیل، علاوه بر قالب چاپی، بر روی دیسک فشرده و نیز شبکه جهانی وب قابل دستیابی هستند در سالهای اخیر، ناشران منابع مرجع سعی کرده اند تا علاوه بر لوح فشرده، انتشارات خود را از طریق شبکه جهانی وب در محیطی فراگیرتر، ارزان تر، و با قابلیت های چند رسانه ای و فرامتنی در دسترس طیف وسیعی از خوانندگان قرار دهند. کتابهای الکترونیکی را می توان به دو صورت در محیط وب شناسایی کرد. برخی کتابهای الکترونیکی، شکل چاپی ندارند و فقط در قالب دیجیتالی منتشر می شوند. همه فرآیند نشر کتاب از زمان تألیف تا قرار گرفتن در محیط وب، به صورت الکترونیکی انجام می شود. بنابراین چنین کتابهایی را نمی توان در جهان چاپی و کتابخانه های سنتی یافت و از این لحاظ اثری منحصر به فرد به شمار می آیند. این بخش از عرصه نشر کتابهای الکترونیکی هنوز با مشکلات حقوقی، معنوی، و اقتصادی روبرو است. در واقع، ناشران به این نکته مهم پی برده اند که چه از نظر رقابت با دیگران و چه از لحاظ پاسخگویی به نیازهای جامعه جدیدی از مخاطبان یعنی "خوانندگان اینترنتی"، چاره ای جز توجه به امکانات و قابلیت های نشر اینترنتی ندارند و ناچار به نقش آفرینی در این محیط هستند. بخش دوم از کتابهای الکترونیکی در محیط وب، در واقع شکل الکترونیکی نسخه های چاپی منتشر شده به شمار می آیند که ناشران آنها را از طریق وب نیز دسترس پذیر کرده اند. این گروه کتابهای الکترونیکی به سرعت در حال توسعه و گسترش هستند.

ارزشهای افزوده نشر کتاب در محیط وب

فرآیندهایی که ارزشهای جدیدی به نشر کتاب در محیط وب می افزایند، عبارت اند از:

الف. دسترسی همزمان به نسخه ای واحد از کتاب الکترونیکی.

ب. افزودن اطلاعات چند رسانه ای.

پ. امکانات جستجوی اطلاعات.

ت. انعطاف‌پذیری بیشتر برای اصلاح و یا انتشار ویرایش جدید.

مهم‌ترین مزایای نشر کتاب در محیط وب از نظر ناشران

۱. کاهش هزینه‌های تولید و چاپ کتاب.
۲. عدم نیاز به فضای فیزیکی برای انبار کردن کتاب.
۳. عدم نیاز به توزیع و ارسال کتاب به نقاط دیگر.
۴. عدم برگشت کتاب از سوی کتاب‌فروشان به دلایل مختلف.
۵. سرعت بخشیدن به چرخه نشر کتاب
۶. خرید پیوسته کتاب.
۷. جلوگیری از تمام‌شدن نسخه‌های چاپی.
۸. فرصت بیشتر برای انتشار عناوین بیشتر و آثار الکترونیکی.

محدودیت‌های نشر کتاب در محیط وب

نشر کتاب در وب، با محدودیت‌ها و موانع مختلفی مواجه است، که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از:

۱. دسترسی به خط اینترنت و کامپیوتر.
۲. حق مؤلف و کتابهای الکترونیکی.
۳. چگونگی فروش کتابهای الکترونیکی.
۴. مشکلات مربوط به خواندن کتابهای الکترونیکی در محیط وب.
۵. مشکلات استناد به کتابهای الکترونیکی.
۶. نبود فهرستگان کتابهای الکترونیکی.
۷. مسائل معنوی مربوط به نشر کتاب در قالب الکترونیکی.

نقش فناوری های نوین رسانه ای بر گروه های اجتماعی

۱- مقدمه

بیل گیتس^۲ ثروتمندترین مرد جهان، ثروتش را از تکنولوژیهای ارتباطی و اطلاعاتی کسب و صاحب مایکروسافت میباشد وی در نوشته ای با عنوان «موج خیزنده اینترنت»^۳ هشدار داده که به این خیزش باید توجه کنید؛ یاسازگار شوید و یابمیرید. (گرینسپن، ۲۰۰۳: ۱۳۸۸)؛ لذا بشر چاره ای جز تسلیم در برابر تجدید مستمر تکنولوژی که از اختراع ترانزیستور^۴ آغاز شد و هنوز هم در حال تکوین بوده و غیر قابل کنترل شده ندارد.

تکنولوژیهای ارتباطی و اطلاعاتی مجموعه وسیعی از فناوریها و ترکیبی از سخت افزار، نرم افزار، رسانه، سیستمهای پخش و توزیع اطلاعات را شامل میشود. (منتظر قائم به نقل از یونسکو، ۱۳۸۱: ۲۲۹) این تکنولوژیها در ایجاد دنیای جدید نقش اساسی داشته اند. (کاستلز، ۱۳۸۰) اما اکنون در نقطه ای هستیم که جهان، فناوری اطلاعات و ارتباطات راهضم و چگونگی کاربست آنرا گرفته است. (گرینسپن، ۲۰۰۲: ۱۳۸۸)، بطوریکه در تمامی عرصه ها، از سرگرمی و آموزش گرفته تا بهداشت، سیاست، بانکداری، اقتصاد و حتی در موضوعات چالشی همچون امنیت، فرهنگ، سیاست و اشتغال، فناوری اطلاعات و ارتباطات موثرند^۵ لذا بنظر میرسد بعنوان گام اول، شناخت ویژگیها و قابلیتهای آن برای مرور تأثیرات بر فرآیند ارتباطات اجتماعی ضروری باشد.

فناوریهای جدید اطلاعات و ارتباطات قادرند تجربه میان فرهنگی برای افراد بوجود آورند. (موحدی، ۱۳۸۷) دکتر منتظر قائم^۶ معتقد است این تکنولوژیها در سطح ملی و جهانی مسأله ساز شده بعلاوه مسأله ارتباطات نیز برای افراد، ملتها و دولتها چالشی شده است، ارتباطات بین فرآیند تولید و انتقال محتوای گروه های کوچک یا بزرگ مخاطبان در نهایت به تغییراتی در جهان واقعی منتهی میشود. حتی میتوان این ادعا را کرد که ارتباطات در نهایت به تغییر در پارادایم های بنیادی دولت- ملتها یا فرهنگ و تمدن منتهی میشود. (نقد و نظر، ۸۸-

^۲ Bill Gates

^۳ The Internet Tidal Wave

^۴ Transistor

^۵ تحقیقی که در خصوص نظرات مردم یک قرن پیش در مورد تأثیرات تکنولوژیها در دانشگاه ماساچوست صورت گرفته نشان می دهد مردمی که این تکنولوژیها را اختراع کرده اند یا آنرا ترجیح داده اند در مورد اثراتش آگاه بوده اند. (پیشوایی و رضایی، ۱۳۹۲: ۱۲)

^۶ عضو هیئت علمی دانشگاه تهران.

۱۳۹۲) ارتباطات و فناوری اطلاعات دیگر تنها یک خدمات زیربنایی برای اطلاع رسانی نیست بلکه توسعه آن در قالب کارایی بنگاه های اقتصادی، افزایش سرمایه انسانی، کاهش اتلاف منابع و توسعه فناوریهای نو متجلی خواهد شد. (ترکان و نیکخواه، ۹:۱۳۸۹) پژوهشهای متعددی در خصوص تاثیرات فاوا^۷ بر ابعاد مختلف زندگی بشر انجام شده^۸ در این نوشتار ضمن توجه به نتایج آنها، هدف اصلی، جمع بندی ویژگیها و قابلیتهای تکنولوژیهای اطلاعاتی و ارتباطی جدید^۹ و تأثیر آن بر فرآیند ارتباطات اجتماعی (تولید، عرضه، و مصرف) سطوح کلان جامعه و نیز گروه های اجتماعی خاص (جوانان) است که باروش اسنادی و کتابخانه ای و مرور مقالات و کتب، اینترنت و فیش برداری تنظیم شده است.

۲- رویکرد

از زمان ظهور تدریجی فناوریهای ارتباطی و اطلاعاتی جدید، جهان بطور برگشت ناپذیری در حال تغییر مستمر است، تغییری که ظاهراً تمدن، رفاه، توسعه پایدار و دموکراسی را نوید میدهد. اما در یک نگرش همه جانبه به موضوع در میابیم [و یا حداقل تصور اینجانب این است که] ویژگیها و قابلیتهای تکنولوژیهای مربوطه بگونه ای است که هم میتواند در خدمت افکار دموکراتیک و مشارکت جویانه و آزادی بیان باشد و هم میتواند با توسعه ابزارهای کنترلی، آزادی بیان و دموکراتیزه شدن را مخدوش نماید. پارادوکس حاکم بر این قابلیتها در نگاه سهل گرایانه و ابزاری مشابه آتش و چاقو مطرح است که میتواند در خدمت انسان یابر علیه او باشد و عمدتاً کارکرد مربوطه وابسته به استفاده کننده و نیات اوست^{۱۰}. اما اگر به پارادوکس مربوطه نگرش ترفیعی داشته باشیم شاید بتوان گفت خود این پارادوکس به لحاظ وجود تضاد داخلی، سبب پیشرفت روز افزون خواهد شد و در واقع تنها ویژگی درخور توجه این فناوریها وجود همین پارادوکس است: هم آزادی و هم کنترل را تسهیل و تسریع میکند، هم تبعیضها را از میان بر میدارد و هم شکاف دیجیتال ایجاد مینماید، هم در خدمت تقویت ارزشهای چند فرهنگی و میان فرهنگی، لیبرالیسم و دموکراسی مآبانه است و هم در خدمت تقویت ارزشهای اقتدارگرایانه، تمامیت خواه و سنت گرایانه. لذا مساله این است فناوریهای نوین چه ویژگیها و قابلیتهایی دارند که منجر به این دوگانگی شده

^۷ فاوا کلمه پیشنهادی فرهنگستان زبان فارسی بجای عبارت فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی است. (ترکان و نیکخواه، ۱۳۸۹)

^۸ ناگفته نماند: پژوهشگران دارای رویکردهای انتقادی و فرهنگی بر آنند که امکان مطالعه اثرات رسانه ها محدود بوده و نتایج حاصل از این پژوهشها نیز به دلیل تکیه بر فرضیه های نادرست مبهم و مشکوک است. (پرس، ۱۸:۱۳۹۲)

^۹ ICTs

^{۱۰} ارتباط ما با ابزارها بر حسب نوع کاری است که آنها انجام می دهند. (ون لون، ۴۴:۱۳۹۱)

است؟ و چه تاثیری بر روندهای ارتباطات اجتماعی و محتوا و پیامهای مبادله ای گذاشته اند و آیا گروه های اجتماعی در این شرایط تاثیر پذیرفته اند یا نه؟ بر این اساس در این نوشتار بدون هیچگونه قضاوتی در خصوص جهت گیری تاثیرات فاوا، ویژگیها و قابلیت‌های مهم آن لیست میشود تا شاید راهی برای تشخیص یا حدس تاثیرات عینی و سطحی (ونه فلسفی) بر تولید، عرضه و مصرف محتواهای مبادله ای در ارتباطات اجتماعی سطوح کلان جامعه و بصورت محدودتر در گروه اجتماعی خاص مانند جوانان بحث یافت.

۳- ویژگیها و قابلیت‌های تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی جدید (ICTs)

ازیکسو، تکنولوژی‌های نوین بعنوان بخشی از جامعه مدنی بین المللی^{۱۱} بنام «تکنولوژی‌های آزادی» (پول، ۱۹۸۳) و «دموکراتیزاسیون» (راندال، ۱۹۹۳) شناخته شده اند و ازسوی دیگر، بعنوان تکنولوژی‌های جهانی سازی که فرهنگهای ضعیف را در یک فرهنگ جهانی حل می کنند، معرفی شده اند. این دو موضوع در واقع بر دو مجموعه متفاوت از ارزشها تأکید می کنند. موضع اول به جریان آزاد اطلاعات، آزادی بیان، آزادیهای فردی و مدنی و مبارزه با سانسور متعهد است، در حالی که موضع دوم به حاکمیت ملی، انسجام فرهنگی ملی و مسئولیت اجتماعی تأکید می کند (شهابی و جهانگردی به نقل از هملینگ، ۱۹۹۴).

تکنولوژی‌های مورد بحث حداقل ۳ دسته اند: ارتباط جمعی^{۱۲}، انفورماتیک و ارتباطات راه دور^{۱۳}. «توربان» فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا)^{۱۴} را کلیه فناوری‌هایی میداند که در جمع آوری، انتقال، ثبت، پردازش و انتشار و نمایش اطلاعات به بشر کمک میکنند، «هنری لوکاس» معتقد است فاوا یعنی بکار گیری هر نوع فناوری برای جمع آوری، پردازش، ذخیره و انتقال اطلاعات که بر این اساس به پنج گروه تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی از نظر هنری لوکاس کداند: ۱- دریافت ۲- انتقال ۳- پردازش ۴- ذخیره ۵- نمایش اطلاعات. (ترکان و نیکخواه به نقل از سند نظام جامع فاوا، ۱۳۸۹: ۸). «خدمات الکترونیکی رقومی، کاربران راقدر میسازد تا اطلاعات مورد نیازشان را خارج از محل کار، بدست آورند.» (کنت سی. لاودن، ۱۳۸۰: ۱۲۸) این فناوری‌ها هم تکمیل کننده وسایل

^{۱۱} مطابق آنچه که کین در سال ۱۳۹۱ بیان کرده است.

^{۱۲} Mass communication

^{۱۳} Tele communication

^{۱۴} فاوا در سرتاسر این نوشتار بجای تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی جدید (ICTs) بکار رفته است.

ارتباطی سابق هستند و هم روشهای نوینی برای تسهیل کارکردهای ارتباطی و اطلاعاتی ارائه میکنند. لذا برای پرداختن به ویژگیها و قابلیت‌های آن، بنظر میرسد بهتر است از سه منظر به موضوع نگرینسته شود:

۱-۳- نگرش از منظر ارتباطات جمعی

۱-۱-۳- امکانات بهینه بازخورد^{۱۵}: در رسانه های سنتی، امکان بازخورد^{۱۶} فقط در تلفن شنوندگان رادیو و مصاحبه بینندگان تلویزیون و یاستون نظرات خوانندگان مطبوعات وجود داشت، مطالب آن زنده و آنلاین نبود بعلاوه طرفین ارتباط هم شناخت کافی از هم نداشتند. فوا، نرم افزارهایی رامعرفی کرده(مثل اسکایپ^{۱۷}، وایبر^{۱۸}، تانگو^{۱۹}، پالتوک^{۲۰}، ئوواو^{۲۱}، گوگل پلاس^{۲۲}، فرینگ^{۲۳} ..) امکان بازخورد سریع رامیسر نموده است.

۱-۲-۳- دوسویگی: قبلا، ارتباطات جمعی به جریان یکسویه اطلاعات از بالا به پایین اطلاق میشد و فقط در حد بازخورد و یا نظر سنجی غیر پیوسته امکان دریافت پیامها وجود داشت، تکنولوژیهای نوین سبب ایجاد ارتباطات دوسویه شدند.

۱-۳-۳- تعاملی بودن: نقطه تکامل بازخورد و دوسویگی، تعاملی بودن است،(شکل ۱)، لذا هر ارتباط دوسویه، تعاملی نیست، تعاملی بودن ارتباط، ویژگیهای حضور و مبادله هویت و البته رخداد مبادلات واقعی رامیطلبد که در دوسویگی مطرح نیست(منتظر قائم، ۱۳۹۲):



شکل ۱- پیش نیازهای تعاملی بودن ارتباطات

تعامل در رسانه های سنتی، آرزویی ناشدنی مینمود، لکن با ظهور تکنولوژیهای نوین این امکان، در حال ایجاد است هر چند میتوان گفت گامهای اولیه آن، تحقق یافته است و هر روز پله ای جدید از این مسیر پیموده میشود.

^{۱۵} feed back

^{۱۶} که قبل از دوسویگی و قبا از تعاملی بودن مطرح است.

^{۱۷} Skype

^{۱۸} Viber

^{۱۹} Tango

^{۲۰} Pal Talk

^{۲۱} ooVoo

^{۲۲} Google +

^{۲۳} Fring

۳-۱-۴- کاهش محدودیتهای رسانه: صفحات در رسانه های سنتی مکتوب و زمان در رادیو و تلویزیون محدود است اما فناوریهای جدید این محدودیتهارابه حداقل رسانده اند و این روند ادامه هم دارد. (منتظر قائم، ۱۳۹۲).

۳-۱-۵- افزایش اختیارات مخاطب: پیشرفت در فناوریهای نوین، سهولت استفاده را افزایش می دهند و بدین ترتیب مردم گزینه های بیشتری دارند. (پرس، ۱۳۹۲: ۱۷۰). مخاطب باتکیه بر این فناوری و گزینه های بیشتری که پیش رودارد میتواند از لذت انتخاب بهره مند شود این موضوع سبب وابستگی تدریجی، نگاه سطحی و سفر دوره ای مخاطب (مثل وب گردی) و عدم وفاداری وی شود. در واقع تکنولوژیهای جدید باغلبه نسبی بر زمان، امکان دسترسی را، مستمر و دائمی نموده اند، و تولید کنندگان، کنترل زمانی و مکانی برای توزیع را از دست داده اند.

۳-۱-۶- درهم ریختگی واژه توده: اکنون افراد در یک جامعه نمیشوند که توده ای را تشکیل دهند تا پیام به سویشان گسیل شود بلکه هر فرد میتواند به سایر افراد پیام تولید شده خود و یاد دیگران را ارسال یارله نماید. اکنون جامعه نه به شکل توده بهم پیوسته که دارای ثقل هستند^{۲۴} بلکه متشکل از افرادی که خود قادرند در هر لحظه تبدیل به تولید، توزیع یا مصرف کننده شوند فرض می شود.

۳-۲- نگرش از منظر ارتباطات فردی^{۲۵}

۳-۲-۱- نفی جمع گرایی: فاواسبب شده زندگی اجتماعی برای مردم غیر ضروری شود (پیشوایی و رضایی به نقل از پستمن ۱۳۹۲: ۱۸). همچنین باعث رونق ارزشها و پارادایم های فردگرایانه و تضعیف ارزشهای اجتماع گرایی شده است. بازار داغ هویت های عاریه ای رونق گرفته که اعتماد را تضعیف و ارتباطاتی شکل میگیرد که نه بر بنیان اعتماد و اطمینان بلکه بر بنیان داده و ستانده لحظه ای بنا شده است و بدیهی است هر لحظه که ترازو از توازن خارج شود یا حداقل طرفین ارتباط چنین احساسی نمایند، اساس ارتباطات فرومیریزد و طرفین در مجموعه ای دیگر با هویتی متفاوت حاضر میشوند.

^{۲۴} واژه mass، بر دومعنا توده، جرم تاثیر گذار و نقل، متمرکز است که هر دومفهوم در تحقیقات مختلف اندیشمندان رسانه ای کاربرد داشته است.
^{۲۵} منظور از ارتباطات فردی در این نوشتار ارتباطاتی است یک فرد میتواند با دنیای پیرامون اعم از افراد، ماشین، گروه ها، سازمانها و غیره، بجز رسانه های جمعی برقرار کند فرد میتواند فرد حقیقی یا حقوقی باشد.

۳-۲-۲- امکان برقراری ارتباطات کم هزینه: اکنون ارتباطات ارزان با سراسر دنیا برقرار است.

۳-۲-۳- رفع تبعیض: یکی از قابلیت های فاوا، خلق و حمایت از فرصت های برابری است، از طرفی

قبلا مجراهای ارتباطی فقط در دست عده ای خاص بود لکن اکنون، این امکان برای همگان با وبلاگها، شبکه های اجتماعی و ایمیل های گروهی در دسترس است.

۳-۲-۴- سهولت ارتباطات مالی: بسیاری از شرکتها باتکیه به این تکنولوژیها از رکود درآمده و رونق

گرفته اند و در واقع تاثیر این فناوریها در کل وال استریت مسجل است. (گرینسپن، ۲۰۰۳: ۱۳۸۸)، سیستم مبادلات بانکی، فروشگاه اینترنتی، عوارض الکترونیکی، کارتهای هوشمند، پرداختهای غیرحضوری، رزرواسیون و فروش بلیط از جمله مواردی است که سهولت ارتباطات مالی را فراهم میکند.

۳-۲-۵- تغییر مفهوم حریم خصوصی: حریم خصوصی سنتی در هم شکسته و معانی جدیدی از حریم

خصوصی در ارتباطات فردی ارائه شده است. (منتظر قائم، ۱۳۹۲).

۳-۲-۶- غلبه بر محدودیتهای مکانی: قبلا ارتباطات وابسته به مکان بود اکنون ارتباطات مستقل از مکان

فراهم است برای مثال با تغییر مکان، ارتباطات مربوط به دوستیها، برعکس گذشته همچنان پابرجا میمانند.

۳-۲-۷- پراکندگی و تمرکز زدایی: مواردی چون دورکاری، تله مارکتینگ، تله کنفرانس و امثال آن

امکان انجام کارهای روزمره و ارتباطات وابسته به آنرا از راه دور فراهم میسازد.

۳-۲-۸- جهانشمولی: کوچکترین ارتباط در عصر حاضر در یک لحظه قابلیت جهانی شدن را دارد.

۳-۲-۹- تواناسازی: امکان برقراری ارتباط افراد ناتوان را با جامعه و دیگر افراد.

۳-۲-۱۰- تکثر و تولید خود: در فضای پس از مدرنیسم، فضای متکثر از مکانها، ملیت ها و مجموعه فراگیری

از ساختارها ظهور کرده اند که بر ارتباطات فردی نیز تاثیر گذاشته اند مثل تلفن همراه که هم فردیت را دامن زده و هم امکان تکثر از خود را فراهم کرده است فرد با تلفن همراه با چهره ها و نقابهای مختلف در یک زمان میتواند با افراد مختلف ارتباط برقرار و واقعیت خود را متکثر نماید.

۳-۲-۱۱- افزایش جغرافیایی دایره ارتباطی: این ابزارها سبب گسترش بیش از پیش دایره ارتباطی فرد

از منظر جغرافیایی شده اند.

۳-۲-۱۲- ارتقای هوش فرهنگی: توسعه ارتباطات میان فرهنگی و روحیه تسامح و تساهل.

۱۳-۲-۳- تنوع روابط اجتماعی: تنوع ارتباطات اجتماعی باایمیل ویا با ایجاد صفحات مجزادر شبکه های

اجتماعی و امثال آن تجربه ای است که بسیاری از کنش گران ارتباطات فردی مبتنی بر فاواداشته اند.

۱۴-۲-۳- بازتعریف هویت: ابعاد مختلف هویت افراد(جنسی، قومی، دینی، نژادی، طبقاتی

واجتماعی) تحت تاثیر فاوا، مفهوم سابق خود را از دست داده اند.(منتظر قائم، ۱۳۹۲) تولید و بازتعریف هویت، شاید

در راستای اثبات روایت آنتونی گیدنز از هویت سیال و انعکاسی، در یک آن متکثر شده و یک هویت اشکال مختلف

به خود بگیرد اکنون بنظر میرسد مفهومی چون «هویت اقتضایی» در حال شکل گیری است.^{۲۶}

۳-۳- نگرش از منظر اطلاعات

برای تصمیم گیری و برنامه ریزی وحتى زندگی، به اطلاعات^{۲۷} نیاز است. «شواهد زیادی درباره تاثیر

فاوا بر افزایش یادگیری وجود دارد. در حقیقت تکنولوژی آموزشی، فناوری اطلاعات را برای تسهیل یادگیری

بکار می برد».(Butler, ۱۹۹۸)

۱-۳-۳- جریان آزاد اطلاعات: تاثیر مستقیم بر جریان آزاد اطلاعات.

۲-۳-۳- سرعت: علاوه بر ارائه اطلاعات، سرعت نیز موضوع رقابت است فاوا روز به روز سرعت را افزایش

میدهد.

۳-۳-۳- اشتراک: تکنولوژیهای جدید قابلیت اتصال بهم راداشته و میتوانند اطلاعات را به اشتراک گذاشته

و حتی از آرشيو هم استفاده کنند و یا امکان کنترل یک فناوری را از طریق یک ابزار دیگر فراهم نمایند.(مثل

اتصال دوربینهابه کامپیوتر یا شبکه های مختلف رایانه ای).

۴-۳-۳- ایمنی: سیستمهای هوشمند حمل و نقل، دزدگیر، دوربینهای مدار بسته و.. نمونه ای از ابزارهای

فاوا برای حفظ ایمنی میباشد. این موضوع با عدم امنیت و قابل اعتماد بودن درهم آمیخته است برای مثال «پست

الکترونیکی در هنگام ارسال از فرستنده به گیرنده از میان گره هایی عبور میکند که دستیابی غیرمجاز به

پیغامها در آنها امکان دارد.»(علیپور ونوروزی، ۱۳۸۲: ۹۰)

^{۲۶} نیل پستمن هم بر خلاف مارشال مک لوهان(که به تبدیل جهان در اثر تکنولوژیها به دهکده جهانی معتقد بود) معتقد است تکنولوژیهای جدید ارتباطات و اطلاعات سبب بی هویتی در افراد شده لذا جهان در حال برگشت به گروه گرایی و نظام قبیله ای است تا به نوعی هویت دست یابد.(پیشوایی و رضایی، ۱۳۹۲: ۱۰)

^{۲۷} تعریف جامعی از اطلاعات به سبب وابسته به مخاطب بودن سطوح معنی داری آن، نمیتوان ارائه کرد.

۳-۳-۵- آرشيوچندرسانه ای: این نوع آرشيوهامديون فاواهستند چراکه علاوه برامكان ذخيره سازی انواع قالبهامحدودیت قبلی رانداشته وهزینه نگهداری وكپی ازآنها نیز ناچيز بوده وامكان جستجووطبقه بندی هم بسیار آسان است ضمناامكان ارتباط بين بانكهای اطلاعاتی نیز مهياست.

۳-۳-۶- کیفیت نامشخص: فاواشرایطی فراهم نموده که امکان کنترل کیفیت اطلاعات جاری درشریان شبکه های درهم تنیده وجود ندارد. دراینترنت علاوه براطلاعات صحیح و مفید، فاضلابی ازاطلاعات ناقص، داده های پراکنده و طامات نیز وجود دارد. هیچ نوع کنترل کیفی روی وب وجود نداشته واحتمال ایجاد آنهم نمی رود.

۳-۳-۷- معایب جستجو: کاوش مطلب دروب هیچگاه نتوانسته ادعای موفقیت کامل داشته باشد، حتی استفاده از موتورهای پیشرفته جستجو همچون: هات بوت، داگ پیل، اینفوسیک هم علاوه بر گوگل^{۲۸} و بینگ^{۲۹} نمیتواند موفقیت در دستیابی به اطلاعات مورد نیاز را تضمین کند. ضمنااطلاعات بانک دیتای آنها، آنلاین نبوده و گاه یک ماه عقب است.

۳-۳-۸- عدم پوشش همه اطلاعات: باوجود بیش از یک میلیارد صفحه دروب، هنوز فقط ۰.۸٪ نشریات و کتب رامیتوان داخل آن بصورت متن کامل مشاهده نمود. (هرینگ، ۱۳۸۱: ۱۴۷)

۳-۳-۹- ارتباط وانرژی پایا: استفاده ازاطلاعات مبتنی بر فاوانیازمند برقراری ارتباط وانرژی مستمر است.

۳-۳-۱۰- عوارض: مطالعه کتابهای الکترونیکی بیش از ربع ساعت، عوارضی دارد که کمترین آن خستگی چشم وسردرد است. (هرینگ، ۱۳۸۱: ۱۴۸)

۳-۳-۱۱- ناشناس ماندن: این فضانوعی امکان ناشناس ماندن رافراهم کند که در اخذ اطلاعات بصورت رودررو این امکان وجود ندارد. (علیپور ونوروزی، ۱۳۸۲: ۹۰) پستمن^{۳۰} معتقد است فاواسبب تشدید وتقویت ضعفهای معرفتی واخلاقی به سبب ناشناس ماندن شده است. (پیشوایی ورضایی، ۱۳۹۲: ۱۶)

۳-۳-۱۲- تبدیل: امکان تبدیل فرمتهای گوناگون به یکدیگر وبه قالبهای مختلف (مثل تبدیل گفتار به متن وبالعکس).

۳-۳-۱۳- تکثیر: امکان تکثیر وانتشار فرمتهای گوناگون.

۱۴-۳-۳-ذخیره: امکان ذخیره حجم بالایی از اطلاعات با قالبهای متنوع.

۱۵-۳-۳-اشتراک وانتقال: امکان اشتراک وانتقال ساده اطلاعات.

۱۶-۳-۳-ویرایش: امکان ویرایش نوشته هاو بازتدوین فیلمهاوتصاویر، ساده تر از گذشته.

۱۷-۳-۳-ترکیب: سهولت ترکیب قالبهای متفاوتی از محتوا فراهم است.(مثل ترکیب عکس ومتن باصوت

وانیمیشن).

۱۸-۳-۳-شیوه زندگی:اینکه فاوایر شیوه زندگی تاثیر میگذارد امری غیر قابل انکار است(منتظر قائم،

۱۳۹۲)، افراد هر روز اطلاعات جدیدی از شیوه های مختلف زندگی عایدشان میشود مثل اطلاعاتی راجع به

آموزش، بهداشت، مسکن، رفاه، اجناس وکالاهای جدیدوامثال آن که همچون سیلی غرش کنان به اذهان افراد سرازیر میشوند آنهارابه دام انداخته واراده شان رابرای ادامه ثبات متزلزل میسازد.

۱۹-۳-۳-کثرت مخاطب:مخاطب سازی تمامی ندارد ومستمر است.

۲۰-۳-۳-توسعه سایر بخشها: فاواتاثیر مثبت روی اشتغال و پویایی سایر مشاغل گذاشته

است(گرینسپن، ۲۰۵: ۱۳۸۸)

۲۱-۳-۳-جرایم: فاواسبب ایجاد جرایم وزمینه های کلاهبرداری سریع، کم هزینه وپیچیده تری نسبت

به گذشته شده است.

۲۲-۳-۳-کنترل: امکان کنترل افراد باپیگیری ردپای افراد درفضاهای مبتنی بر فاوا.

۲۳-۳-۳-بسط تجربه: گسترش تجربیات میان فرهنگی بین ملل.

۲۴-۳-۳-گسترش سواد: استفاده ار فاوانیازبه سواد خواندن ونوشتن، سواد رسانه ای، سوادبصری وحتىی

داشتن مهارت های مختلف دارد لذایکی ازتاثیرات فاوا، ایجاد انگیزه درافراد برای توسعه سواد ومهارت در این زمينه هاست.

۴- تأثیر بر فرآیند ارتباطات اجتماعی (تولید، عرضه، و مصرف)

مفهوم اخبار بمعنی جمع آوری، تولید، پخش و مصرف در حال تغییر است (Chari, 2013) تحولات کنونی در عرصه های ارتباطات علیرغم پیامدهای مثبتی که دارند، سبب شده اند تا نقش فعال ارتباطات مکتوب (در عرصه تولید) کاسته شود و خبرنگاران، نویسندگان و عکاسان، تبدیل به کاربران مصرف کننده و مونتاژکار شوند. این امر نه تنها پیامدهای منفی بجای می گذارد، بلکه عملاقشر عظیمی را از فرایند تولید خارج و آنها را به یک مصرف کننده صرف تبدیل می نماید.

تغییر سبک تولید، عرضه و مصرف از شفاهی به مکتوب از نخستین تبعات حاکمیت فاواست که تسلط بر سواد و مهارت های مترتب بر آن را برای تمامی طبقات اجتماعی و گروه های کلان و خاص الزام آور میکند. اینترنت به عنوان منبع فرصت های جدید برای روزنامه نگاران در نظر گرفته میشود این در حالی است که اینترنت نسلی از روزنامه نگاران غیر خلاق را زاییده که فرهنگ «کیپی و چسباندن» را سرلوحه کار قرار داده اند. (Chari, 2013). فاوا متولد دنیای پست مدرن است^{۳۱}، در این دنیا سطح و سبک مهم تر از عمق و منشای پیام های تولیدی است (مهدی زاده، ۱۳۹۱: ۲۷۳) نتایج تاثیر فناوریهایی جدید در روزنامه نگاری نشان میدهد که، اینترنت، ایمیل و موبایل از موانع روزنامه نگاری اخلاقی هستند (Chari, 2013) این یک پارادکس در امتداد آنچه در بیان مساله ذکر گردید، است.

در یک نگرش اسنادی (ونه پیمایشی) بنظر میرسد از بین عوامل تاثیر گذار بر دگرگونی فرآیند تولید، عرضه و مصرف، شش عامل: ۱- سرعت ۲- انگیزش برای دقت و صحت مطالب ارائه شده، ۳- شایسته سالاری، ۴- فاکتورهای موثر بر امنیت شغلی، ۵- تعداد مخاطبین، ۶- میزان و شدت و تعداد بازخورد مخاطبین، تاثیرات بالایی نسبت به دیگر عوامل داشته باشند که البته میبایست این موضوع دقیقاً مورد پژوهش واقع شود.

روزنامه نگاران با استفاده از فاوا بیشتر مشغول سرقت ادبی یا مونتاژ مطلب هستند. این ممکن است در درازمدت خلاقیت و قدرت روزنامه نگاری سنتی را از بین ببرد. (Chari, 2013) سیاست های ارتباطی نامناسب

^{۳۱} شاید پست مدرنیسم فرزند فاوا باشد.

وعدم شایسته سالاری درپستههای مدیریتی مرتبط منجر به خارج شدن تعداد زیادی ازخبرنگاران، عکاسان و نویسندگان ازعرصه تولید شده است.^{۳۲}

فاوا موضوعات چالشی فراوانی فرآوری تولید، توزیع و مصرف درنظام ارتباطات اجتماعی قرارداده این فناوریهازطرفی امکان استفاده ازمتون وتجربیات و امکان تولید محتواهای چند رسانه ای راساده نموده لکن از طرف دیگر«حق مولف»درتولیدات مخدوش شده است. ازطرفی عمده انرژی مصرف کننده صرف تشخیص هویت تولید کننده میشود، ضمانصحت ودقت وکیفیت پیامهامم افت چشمگیری داشته است.

درواقع مرحله ای پیش آمده که امنیت ارتباطی مخدوش شده وتولید کننده نمیداند که آیاپیام تولیدی فقط به دست مصرف کننده مورد نظر خواهد رسید یا هزاران ومیلیوننهانفر دربین راه ازآن استفاده خواهند کرد؟ اکنون زمانی است که میکروفون بر روی همه بازاست وارتباطات به شدت ازشفاهی به مکتوب شدن درحال حرکت است حتی موبایل نیز روند مکتوب شدن نظام ارتباطات راتقویت می کند. بهخصوص اینکه موبایل وپیامک، باعث تولید کمی وکیفی گسترده ای ازپیامهای مکتوب وتصویری شده است. تأثیر اینترنت نیز بر تحول الگوی شفاهی به الگوی مکتوب ارتباطات غیرقابل انکار است، هر چند این موضوع سبب میشود امکان تولید برای افراد کم توان هم فراهم شود امااین فقط گوشه خوشبینانه ای ازکار است، ایجاد سازمانهای مجازی ومشاغل جدید برای تولید وتوزیع، استفاده ازهوش مصنوعی برای ارتباطات اتوماتیک، استفاده ازسیستمهای خبره برای مشاوره وتصمیم گیری و تعامل، توانمندی افراد درپردازش و تولید اطلاعات ازسایر تبعات است که شاید دریک نگاه ازرویکرد سطحی^{۳۳} بتوان همه این اتفاقات رامثبت ارزیابی کرد لکن نگاه فلسفی لازم است تاکنه اتفاقات قابل درک وتوضیح وقضاوت شود. باید ساختار ارتباط بین انسان وماشین تعریف شود و درک بیشتر فعالیتهای مربوط به قسمت تاریک ذهن مانند کشمکش، وحشت، شادی، غم، نگرانی، شخصیت وخصوصیات نهفته آن صورت گیرد.

یکی ازمثالهای تغییرات درتولید، ایجاد فرصتهای آموزشی بدون توجه به تفاوت اقلیمی وجغرافیایی، سن وجنسیت است، قبل ازهمه گیرشدن فاوا، علاوه براینکه سرعت انتشار اندیشه هابسیار کند وناپیوسته بود دامنه محدودی رانیز تحت پوشش قرار میداد، امروزه این تکنولوژیهاثایرات شگرفی بر سرعت انتقال اطلاعات واندیشه

^{۳۲} درک ابعاد بسیار موثر ومثبت حضور فعال اصحاب تولید وتاثيرات شگرفی که این مشارکت میتواند برابعاد فرهنگی واجتماعی طبقه نخبگان به عنوان طبقه تاثیرگذار داشته باشد ازاهم امور سیاستگذاری میتواند باشد.

^{۳۳} مبتنی بر رفاه طلبی انسان.

هاشده وحتى مرزهارادرم نوردیده است ممالک دیگر قادر به کنترل دقیق مرزهاررابطه با عبور و ترخیص و بازرسی کالاهای دنیای جدید که بنیان اطلاعاتی دارند نیستند و گویی مرزها برداشته شده اند. در این فضا عده ای که اطلاعات تولید و عرضه میکنند حاکم و آنهایی که مصرف میکنند تحت حاکمیت هستند.^{۳۴}

جنبه های احساسی، عاطفی و زیباشناسانه هنر و ادبیات^{۳۵} تحت تاثیر این فناوریها سبک شده و عمق و غنای خود را از دست داده اند بعلاوه کارهای تقلیدی و سرقتهای ادبی، سبب شده درصد کمی از تولیدات فاخر موجود در این زمینه نیز به چشم نیاید. دیدن یک تابلونقاشی درمانیتور جنبه های احساسی، عاطفی و زیباشناسانه بسیار فرو کاسته تر از دیدن همان تابلو بصورت فیزیکی دارد.

تکنولوژی های اطلاعاتی و ارتباطی جدید، در حال تغییر عادات مادر عرصه های مختلف هستند. (آموزش، آشپزی، معامله و خرید و فروش، مشاوره، بازی و سرگرمی، کار و دورکاری، امضا، تایید و...) از طرفی شکاف دیجیتالی^{۳۶}، چالشی است که امروز دنیا با آن روبه روده است.

۵- تأثیر بر گروه های اجتماعی خاص (مانند: جوانان)

فاوایر تمامی عرصه ها و سطوح حیات فردی و جمعی انسانهای معاصر، تاثیر گسترده و عمیق و ماندگار گذاشته و در اثر آن در تمامی ساختار جامعه تغییرات بنیادین ایجاد شده است. بعبارت دیگر فاواتمام عناصر تشکیل دهنده جوامع انسانی رابه شکل الکترونیکی، مجازی و دیجیتالی از نو آفریده و سلسله مراتب افقی و عمودی آنها را، بیش از پیش درهم تنیده است. (منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۲۳۱) رینگرام^{۳۷} معتقد است مردم به ویژه جوانان دارای مهارتهای مربوطه برای رسیدن به آرامش به تکنولوژی فاواپناه میبرند ابزارهای فاوا مثل داروشده و بجای ایجاد ارتباط عمیق و گسترده در بین خانواده و اجتماع، سرعت راپیشکش میکنند. (پیشوایی و رضایی، ۱۳۹۲: ۱۴)

امروزه جوانان بعنوان بزرگترین تولیدکنندگان و مصرف کنندگان دانایی در جامعه بوده و دسترسی به فناوری اطلاعات مهمترین بستر برخورداری از دانایی است. قبلا تعاملات^{۳۸}، مبادلات و ارتباطات نیازمند حضور

^{۳۴} این بی عدالتی در سطح بین المللی هم مطرح شد و یونسکو و اتحادیه جهانی مخابرات، اهداف نظم نوین جهانی ارتباطات و اطلاعات را بر این اساس تنظیم کردند.

^{۳۵} دوبازوی رابط نظام معنایی و نظام نشانه ای.

^{۳۶} digital divide

^{۳۷} Catterine Ingram

^{۳۸} برخی پژوهشگران انتظار دارند که فناوری های نوین رسانه ای با استفاده تعاملی، ونه دریافت یک طرفه، مشخص شوند (برای مثال، ویلیامز، رایس و راجرز، ۱۹۸۸). تعامل به این معناست که مخاطب کنترل بیشتری بر آهنگ، ساختار و محتوای رسانه دارد. تعامل، یکی از مولفه های بازی های رایانه ای و ویدئویی است و ادغام اینترنت و رسانه های ویدئویی بدین معناست که تعامل در تفریحات رسانه ای با هم افزایش خواهد یافت. تعامل ممکن است بر اثرات رسانه ها تأثیر بگذارد. همچنین، تعامل ممکن است بر

فیزیکی بود توسعه فاواسبب دگرگونی درچارچوب روابط سنتی رودررو شد، اکنون حتی مبادله احساسات، انتقال تجربیات ودانش، مسابقه ورقابت، خرید وفروش، دیدار دوستان وبطور کلی تمام انواع وحالات دیگر روابط وکنش های اجتماعی جوانان تحت تاثیر فاوا قرار گرفته و این تغییر الگوی روابط، بر نوع وچگونگی احرازهویت، خودیابی، تفکیک بدن ازهویت، چند هویتی وبحران هویت، بحران جنسیت وسایر ابعاد فرهنگ استحاله یافته، تأثیر گذاشته و روز به روز هم دامنه این تاثیرات فزونی مییابد.

چارچوب حاصله برای روابط جوانان درگام نخست آنهارابه گوشه گیری اجتماعی وفردیت کشانده وبعد هویتشان راحراج زده ودرگام سوم دامنه مراوداتش را از تعداد انگشت شمار به هزاران نفر افزایش داده است.^{۳۹}

دیدگاه خوشبینانه این است که جوانان میتوانند درگستره جهانی دوستان مناسب انتخاب و تابوهای اجتماعی وسیاسی رابشکنند وروایت دلخواهانه تری ازخویشتن خویش شکل دهند. دختران جوان که دربرخی جوامع بامحدودیتهایی دردوستیابی ومراودات اجتماعی مواجهند بااین تکنولوژیهاضمن حفظ امنیت فردی(منتظر قائم، ۱۳۹۲) قادرندحضور موثری دراجتماع داشته باشند. آموزش وتعاملات وگذران اوقات بابازیهای رایانه ای، پیامک، وبگردی، پادکست، موسیقی وفیلمهای تحت وب، چت، فرومهاوپویجهاو... ازمشغولیات عادی وروزمره است همچنین فاواسبب شده جوانان اکنون علاقمند آموزش نرم افزارهاباشند تاآموزش صنایع دستی ومهارتهای سنتی. تاثیر دیگر این فناوریهابر جوانان، وابستگی بیش ازحد تفکر واندیشه آنهابه نشانه های تصویری است چراکه تقریباهر ابزار جدید ارتباطی یک مانیتور دارد.

برانگیختگی تأثیر بگذارد که این خود می تواند احتمال وقوع اثرات رسانه ای برانگیختگی-محور رافزایش دهد. ازسوی دیگر، تعامل ممکن است به پالایش رفتاری آشکار بینجامد یا پاسخهای عاطفی رافعال وآزاد کند.(پرس، ۱۳۹۲:۱۶۹)

^{۳۹} جوان قبلا فقط امکان ایجاد روابط ومراودات باهم محله ای ها، همزبان هاو همشهری هاداشت اکنون میتواند باکل افراد جهان مروده داشته باشد.

۶- بحث و نتیجه گیری

یک نتیجه اساسی از این نوشتار میتوان گرفت و آن اینکه: «به ازای آنچه از تکنولوژی نصیبمان میشود یک چیزهایی^{۴۰} از دست میدهیم و هیچ عرصه ای از تاثیر تکنولوژی های اطلاعاتی و ارتباطی جدید درامان نبوده است»
 والبته نتیجه کلان دوم اینکه «تاثیرات تکنولوژی های اطلاعاتی و ارتباطی جدید هم درجهت مثبت دارای نمودهای مختلفی است و هم درجهت منفی» و نیز میتوان به عنوان نتیجه سوم این جمله را بیان کرد:
 «تکنولوژی های اطلاعاتی و ارتباطی جدید سبب تغییر سبک، قالب، فرهنگ و حتی فرآیند تولید، عرضه و مصرف کالاهای رسانه ای و محتواهای ارتباطی شده است و این حالت در حال تکوین نیز میباشد.» و بالاخره میتوان گفت:
 «تکنولوژی های اطلاعاتی و ارتباطی جدید تاثیرات غیر قابل انکاری در تمامی سطوح ارتباطی و چند و چون آن از جزئی ترین بحث تا بحثهای کلان گذاشته است».

اینکه این فناوریها «نظام ارزشی و معنایی» را تقویت میکنند یا تضعیف؟ شاید موضوع بحث وسیعی است که ابتدا باید پرسید: منظور کدام «نظام ارزشی و معنایی» است؟ چرا که امکان دارد یک «نظام ارزشی و معنایی» را تضعیف و دیگری را تقویت کند.

بحثها و سوالات مختلفی نیز در ادامه قابل طرح است که فرصت پرداختن نیست. اینکه آیا کودکان خیابانی، دزدی، فقر و امثال آن بانباشتگی اطلاعات، سرعت پردازش و انتقال اطلاعات حل میشود؟ و یا این سوال که تاثیرات نهایی قابلیتها و ویژگیهای تکنولوژی های اطلاعاتی و ارتباطی جدید چه خواهد بود؟ البته به این سوال نمیتوان به سهولت پاسخ داد چرا که ابتدا باید معرفتی یافت بر این موضوع که هدف غایی چیست؟ آیا هدف، رساندن انسان به رفاه است یا رستگاری معنوی یا هر دو؟ و یا کسب حداکثر لذات؟ براساس این که هدف چه باشد؛ میتوان خوب و بد قابلیتها و ویژگیها را امتیازدهی کرد و البته به تبع آن به تاثیرات نیز پرداخت.

موضوع مهمتر اینکه: چرا باید به این سوالات پاسخ داد؟ وقتی گفته میشود تکنولوژی از کنترل خارج شده بنابراین پیش بینی آینده ای که فقط یک مسیر غیر قابل تغییر دارد کار عبثی است. پس اگر معتقد باشیم بحث

^{۴۰} پستمن معتقد است تکنولوژی جدید نوعی دادوستد است و آنچه انسان میدهد نیروی معنوی و روحی است (پیشوایی و رضایی، ۱۳۹۲: ۷)

روی این موضوع لازم است، نمیتوان ادعا کرد تکنولوژی های اطلاعاتی و ارتباطی جدید از کنترل^{۴۱} انسان خارج شده اند.

به عنوان بحث نهایی بنظر میرسد بررسی اینکه تأثیر تکنولوژی های اطلاعاتی و ارتباطی جدید بر فرآیند ارتباطات اجتماعی (تولید، عرضه، و مصرف) سطوح کلان جامعه و نیز گروه های اجتماعی خاص (مانند: جوانان) چه میتواند باشد در انواع تکنولوژیها و حتی انواع ابزارها متفاوت از هم باشد و مطالعه بصورت یک نسخه واحد شاید نتواند کار گشا باشد.

تورج مهدی زاده

با صلوات بر محمد(ص) و آل محمد(ص)

^{۴۱} تکنولوژی همچون اسب افسار گسیخته ای می تازد و در هیچ مسیری هدایت نمی شود، هیچ هدف و کمالی ندارد ما در آن غرق شده ایم و هیچ کنترلی بر آن نداریم سر درگم هستیم و نمی دانیم با آن چه بکنیم، یکی از علل این سردرگمی این است که ما هنوز یک مفهوم منسجم از خود، جهان و روابطمان با آن نداریم (برای مثال: پیشوایی و رضایی به نقل از نیل پستمن، ۱۳۹۲: ۲۲)

منابع و مأخذ

- ارتباطات انسانی ، علی اکبر فرهنگی ، جلد اول ، تهران ، انتشارات تهران تایمز ، چاپ اول ، ۱۳۷۳ .
- ارتباطشناسی ، مهدی محسنیان راد، تهران ، سروش ، چاپ اول ، ۱۳۶۹ .
- اطلاعات عمومی یا دایرة المعارف اجتماعی ، عنایت اله شکیباپور، تهران ، انتشارات اشرافی ، بی تا .
- اطلاعات و ارتباطات ، عبدالحسین آذرننگ ، تهران ، وزارت ارشاد اسلامی ، چاپ اول ، ۱۳۷۱ .
- افکار عمومی ، آلفرد سووی ، ترجمه جمال شیرانی ، تهران ، کتاب های جیبی ، بی تا .
- افکار عمومی و ارتباطات ، علی اسدی ، تهران ، سروش ، چاپ اول ، ۱۳۷۲ .
- اصول سیاست خارجی و سیاست بین الملل ، سید عبدالعلی قوام ، تهران ، سمت ، ۱۳۷۰ .
- اصول علوم سیاسی ، رضا علومی ، ۳ جلد، جلد اول ، تهران ، امیرکبیر ، چاپ دوم ، ۱۳۴۸ .
- اصول علم سیاست ، موریس دوورژه ، ترجمه ابوالفضل قاضی ، تهران ، امیرکبیر ، ۱۳۶۹ .
- امپریالیسم تبلیغی یا تبلیغات بین الملل ، محمد علی العوینی ، محمد سپهری ، تهران ، سازمان تبلیغات اسلامی ، ۱۳۶۹ .
- بنیادهای علم سیاست ، عبدالرحمن عالم ، تهران ، نشر، نی ، ۱۳۷۳ .
- بهره مندی شهروندان تهرانی از مطبوعات ، تهران ، عباس عبدی و سهراب زاده ، وزارت ارشاد، ۱۳۶۱ .
- به سوی سیاست های ارتباطی واقع بینانه ، جان . ای . آرل ، ترجمه خسرو جهانداری ، سروش ، بی تا .
- پژوهشی در تبلیغ ، محمد تقی رهبر، تهران ، سازمان تبلیغات اسلامی ، ۱۳۷۱ .
- تاریخ اختراعات ، محسن جاویدان ، تهران ، ۱۳۷۰ .
- تاریخ اندیشه سیاسی در غرب از طالس تا مارکس ، علی بیگدلی ، ۲ جلد، جلد اول ، تهران ، لادن ، ۱۳۷۴ .
- تاریخ تحلیلی مطبوعات ایران ، محیط طباطبایی ، تهران ، بعثت ، ۱۳۶۶ .
- تاریخچه رادیو و تلویزیون، پیر آلبر و دیگران جمشید ارجمند، تهران ، انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، ۱۳۶۸ .
- تاریخ سانسور در مطبوعات ایران ، انتشارات کونل کهن ، ۲ جلد، جلد اول ، تهران ، آگاه ، ۱۳۶۰ .
- تاریخ سیاسی معاصر ایران ، جلالالدین مدنی ، ۲ جلد، جلد دوم ، قم ، دفتر تبلیغات اسلامی ، ۱۳۶۱ .
- تاریخ سینما، جمال امید، تهران ، نگاه ، ۱۳۷۳ .
- تاریخ سینما در ایران از آغاز تا ۱۳۵۷ ، مسعود بهرامی ، تهران ، بی تا .
- تبلیغات و جنگ روانی حسین حسینی ، تهران ، دانشگاه امام حسین ۷ ، ۱۳۷۲ .
- تحریم تنباکو، اولین مقاومت منفی در ایران ، ابراهیم تیموری .
- تحلیلی بر انقلاب اسلامی ، منوچهر محمدی ، تهران ، امیرکبیر، ۱۳۷۰ .
- تلویزیون و آموزش مردم ، محمد عباس زادگان ، تهران ، انتشارات حامد، ۱۳۵۷ .
- جامعه شناسی ارتباطات ، باقر ساروخانی ، تهران ، انتشارات اطلاعات ، ۱۳۷۱ .
- جامعه شناسی انحرافات : آسیب شناسی جامعهی ، داور شیخاوندی ، گناباد، موندیز، ۱۳۷۳ .
- جامعه شناسی رادیو و تلویزیون ، ژان کازنو، ترجمه جمشید ارجمند، تهران ، انتشارات رادیو و تلویزیون ملی ،

۱۳۵۴.

- جامعه شناسی سیاسی ، حسین بشیریه ، تهران ، نشر ، نی ، ۱۳۷۴.
- جامعه شناسی و تعلیم و تربیت ؛ مبانی تربیت جدید، علی شریعتمداری ، تهران ، امیر کبیر، ۱۳۶۲.
- جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی ، ژان کازنو، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی ، اطلاعات ، ۱۳۷۲.
- جنگ روانی ، دانشکده علوم و فنون سپاه ، بی نا، بی تا.
- جهان زیر سلطه صهیونیزم ، انتشارات سپاه ، بی تا.
- چگونه روابط عمومی کنیم ، سعید برزین ، تهران ، بهجت ، ۱۳۵۵.
- حقوق اساسی و ساختار حکومت جمهوری اسلامی ایران ، قاسم شعبانی ، تهران ، اطلاعات ، ۱۳۶۳.
- حقوق اساسی و نهادهای سیاسی ، ابوالفضل قاضی ، ۲ جلد، جلد اول ، تهران ، دانشگاه تهران ، ۱۳۷۰.
- خلاصه مقالات تبلیغ و تبلیغات ، تهران ، سازمان تبلیغات اسلامی ، ۱۳۷۰.
- دایرة المعارف ، م آزیفر، تهران ، انتشارات زرین ، بی تا.
- دایرة المعارف : اطلاعات عمومی جوانان ، عبدالحسین سعیدیان ، تهران ، جاویدان ، ۱۳۵۶.
- دایرة المعارف دانش و تکنیک ، ترجمه عبدالحسین سعیدیان ، تهران ، بی نا، ۱۳۵۸.
- دایرة المعارف یا گنجینه اطلاعات عمومی ، مهرداد مهرین ، تهران ، جاویدان ، ۱۳۵۶.
- درآمدی بر افکار عمومی تبلیغ و آوازه گری ، رفیق سکری ، ترجمه حسین کرمی ، تهران ، همراه ، ۱۳۷۰.
- دنیای شگفت انگیز ارتباطات ماهواره ای ، سید حسن حسینی ، تهران ، سروش ، ۱۳۶۷.
- دیدگاه های بررسی جنگ خلیج فارس ، تهران ، دانشگاه علامه طباطبایی ، ۱۳۷۳.
- روش تحلیل سیاسی ، سید محمد عباس زادگان ، تهران ، خدمات فرهنگی رسا، بی تا.
- سیاست ، ارسطو، ترجمه حمید عنایت ، تهران امیرکبیر، ۱۳۵۸.
- سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران ، بیژن ایزدی ، قم ، دفتر تبلیغات اسلامی ، ۱۳۷۱.
- سیری در اندیشه های سیاسی معاصر، علی اکبر، تهران الست ، ۱۳۷۰.
- شناخت استکبار جهانی ، جواد منصوری ، مشهد، آستان قدس رضوی ، ۱۳۶۸.
- طراحی ، ساخت و کاربرد کامپیوترهای کوچک ، امیراسعد انزانی ، جهاددانشگاهی دانشگاه تهران ، ۱۳۶۸.
- فرهنگ اصطلاحات روابط بین الملل ، غلامرضا علی بابایی ، تهران ، نشر مفید، ۱۳۶۹.
- قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران ، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ، ۱۳۶۸.
- قدرت های جهان مطبوعات ، مارتین واکر، ترجمه م . قائد، تهران ، نشر مرکز، ۱۳۷۲.
- گذر از نوگرایی ، حمید مولانا، ترجمه یونس شکرخواه ، تهران ، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، ۱۳۷۱.
- مبانی ارتباطات جمعی ، سید محمد دادگران ، تهران ، فیروز، ۱۳۷۴.
- مبانی تبلیغ ، محمد حسن زورق ، تهران ، سروش ، ۱۳۶۸.
- مبانی جامعه شناسی ، ملودین ال دفلو و سایرین ، ترجمه حمید خضرنجات ، دانشگاه شیراز ، ۱۳۷۱.
- مبانی علم سیاست ، عبدالحمید ابوالحمد، تهران ، نوین ، ۱۳۷۰.
- مطبوعات ، پیر آلبر، ترجمه فضل اله جلوه ، تهران ، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی ، ۱۳۶۸.
- مطبوعات سیاسی ایران در عصر مشروطیت ، عبدالرحیم ذاکر حسین ، دانشگاه تهران ، ۱۳۷۰.
- مقدمه ای بر جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی ، قائم مقامی .
- نگرشی بر نقش مطبوعات وابسته در روند انقلاب اسلامی ، تهران ، وزارت ارشاد اسلامی ، ۲ جلد، ج اول ، ۱۳۶۱.
- نگرشی جدید بر علم سیاست ، مونتی پالمر، لاری اشتون ، چارلز کابین، منوچهر شجاعی، تهران:دفتر مطالعات،

۱۳۶۷.

- وسایل ارتباط جمعی ، کاظم معتمدنژاد، تهران ، علمی فرهنگی ، ۱۳۷۱.
- يك جهان و چند صدا، ش ، مك براي، ترجمه ایرج پاد، تهران ، سروش ، ۱۳۶۱.
- یورش های تبلیغاتی آمریکا در ویتنام ، مصطفی ملکوتیان ، جهاد دانشگاهی ، تهران ، ۱۳۷۲.



در کانال تلگرام کارنیل هر روز انگیزه خود را شارژ کنید 😊

<https://telegram.me/karnil>

